

**UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL**

**L'ANALYSE DU MARCHÉ IMMOBILIER RÉSIDENTIEL DE LA VILLE  
DE SAINT-JÉRÔME**

**MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE À LA MAÎTRISE EN  
ADMINISTRATION DES AFFAIRES EN MARKETING (MBA  
RECHERCHE)**

**PRÉSENTÉ PAR  
CHARLES-DAVID LÉBLANC**

**AOÛT 2009**

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## Remerciements

En cette fin de cheminement scolaire, il est finalement possible de percevoir la lumière au bout du tunnel. Ce parcours n'a pas été sans embûche, mais à quand même été facilité et rendu possible, grâce à deux personnes que je tiens à remercier du plus profond de mon cœur. Je parle bien sûr de mes parents, Richard Leblanc et Monique Mayer, qui m'ont soutenue, moralement et financièrement tout au long de mes études. Si ce n'était de votre aide et de votre générosité, rien de tout cela ne se serait concrétisé. Je vous aime et vous serai éternellement reconnaissant. Merci encore papa et maman.

## Avant Propos

Étant moi-même un citoyen de la ville de Saint-Jérôme et étant propriétaire de deux immeubles locatifs (cumulant 6 logements) au sein de la ville, le marché immobilier de celle-ci s'avère donc être d'un grand intérêt. De plus, mes ambitions professionnelles m'amèneront à investir massivement, en tant qu'entrepreneur, au sein du marché immobilier de la ville. C'est donc pourquoi, une analyse poussée du marché m'a semblé être des plus appropriée. Ainsi, ayant une meilleure connaissance des différents aspects du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme, il sera possible de faire des investissements de façon plus éclairée et en meilleure connaissance de cause.

Cette étude en est une d'envergure, qui, selon les recherches effectuées, n'a jamais été réalisée par aucune autre personne, organisme ou autres. Toutes, sans exception, les maisons, condos, duplex et triplex, vendus de 1996 à 2009 par l'entremise d'agent d'immeuble, ont été répertoriés et comptabilisés au sein de la banque de données qui a servi à faire les analyses pour ce mémoire. Cela représente, pour cet aspect de l'étude seulement, un échantillon de plus 7500 unités résidentielles. De plus, les variations démographiques de la ville de Saint-Jérôme de 1996 à 2006, ont été établies. Ainsi, il a été tenté de percevoir si certaines tendances démographiques s'apparentent de façon significative à certaines tendances de ventes de différents types d'immeubles. Cette étude se retrouve à la croisée de la recherche descriptive et de l'étude de cas, ce qui fait en sorte que les conclusions qui ont émergé de cette étude ne sont pas confirmées scientifiquement. Par contre, les conclusions qui ont été réalisées sont concluantes et pertinentes, et éclairent certainement certains aspects du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme qui n'ont jamais été investigués auparavant.

# Table des Matières

<b>Introduction</b> .....	p.9
---------------------------	-----

## **Chapitre 1 : Problématique**

<b>1.1 Présentation du contexte</b> .....	p.11
<b>1.2 Justification du choix du sujet</b> .....	p.12
<b>1.2.1 Le taux d'inoccupation</b> .....	p.13
<b>1.2.2 La croissance de la population</b> .....	p.15
<b>1.3 Les objectifs</b> .....	p.18
<b>1.4 Conclusion</b> .....	p.19

## **Chapitre 2 : Les types d'études de marché et les études antérieures : Revue de la Littérature**

<b>2.1 Introduction</b> .....	p.20
<b>2.2 Typologie des études de marché en marketing</b> .....	p.20
<b>2.2.1 L'étude exploratoire</b> .....	p.21
<b>2.2.2 L'étude descriptive</b> .....	p.21
<b>2.2.3 L'étude causale</b> .....	p.21
<b>2.3 Études antérieures sur le marché immobilier résidentiel de la région de Saint-Jérôme</b> .....	p.22
<b>2.3.1 Profils des communautés, ville de Saint-Jérôme</b> .....	p.22
<b>2.3.2 Légers affaiblissements du marché de la revente en 2006</b> .....	p.23
<b>2.3.3 Analyse du marché de la revente - troisième trimestre de 2007 du Montréal métropolitain</b> .....	p.24
<b>2.3.4 Données provenant de la confection de rôle triennal 2008-2009-2010 (ville de Saint-Jérôme)</b> .....	p.25
<b>2.3.4.1 Variation des valeurs pour l'ensemble des catégories imposables du rôle d'évaluation</b> .....	p.25
<b>2.3.4.2 Part relative de l'ensemble des catégories imposables ru rôle triennal 2008-2009-2010</b> .....	p.26
<b>2.3.4.3 Variation des valeurs comparée à des villes avoisinantes : Rôle triennal 2008-2009-2010</b> .....	p.27
<b>2.3.5 Nombre d'unités d'évaluation et valeur imposable moyenne uniformisée par type d'immeuble résidentiel</b> .....	p.27
<b>2.3.6 Profils de la région administrative Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme)</b> .....	p.28
<b>2.3.7 Valeur des permis de bâtir selon le type de construction, MRC de la Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme)</b> .....	p.29
<b>2.3.8 Répartition de l'évaluation foncière uniformisée selon l'utilisation des immeubles, MRC de la Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme), 2007</b> .....	p.29

2.3.9 Données (globales) sur les transactions résidentielles MLS, agglomération de Saint-Jérôme.....	p.30
2.3.10 Résidentiel – liste partielle – vendu, MLS, Chambre immobilière du Grand Montréal.....	p.30
2.4 Textes théoriques et empiriques.....	p.31
2.4.1 Affordable Rental Housing Hard to Find.....	p.31
2.4.2 Growth patterns: When opportunity knock.....	p.32
2.4.3 FOCUS ON REAL ESTATE: Investing in Residential Real Estate in the United States of America.....	p.32
2.4.4 5 Markets to Watch.....	p.33
2.4.5 MINORITY REPORT.....	p.33
2.4.6 Canada Mortgage and Housing Corporation: New Home Construction Increases Across Alberta's Urban Centres.....	p.34
2.5 Ouvrages théoriques et empiriques.....	p.34
2.5.1 American Generations: Who they are and how they live.....	p.34
2.5.2 Americans and their homes: Demographics of homeownership.....	p.35
2.5.3 The Family Dynamic: A Canadian Perspective.....	p.35
2.5.4 Marital and Sexual Lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and Relationships in Social Context.....	p.35

### Chapitre 3 : Stratégie de vérification

3.1 Introduction.....	p.37
3.2 Les types de stratégies de vérification.....	p.37
3.2.1 La recherche de développement.....	p.38
3.2.2 La recherche de simulation.....	p.38
3.2.3 La recherche expérimentale provoquée.....	p.38
3.2.4 La vérification expérimentale spontanée.....	p.38
3.2.5 L'enquête quantitative.....	p.39
3.2.6 L'étude de cas.....	p.39
3.3 Conclusion.....	p.39

### Chapitre 4 : Cadre conceptuel

4.1 Introduction.....	p.42
4.2 Partie 1 : Volet Immobilier.....	p.42
4.2.1 Le marché.....	p.42
4.2.1.1 Mise en contexte du marché à l'étude.....	p.44
4.2.2 L'immobilier.....	p.44
4.2.2.1 Mise en contexte du concept.....	p.46
4.2.3 L'entreprenariat / entrepreneurs.....	p.46
4.2.3.1 Mise en contexte du concept.....	p.48
4.2.4 La conceptualisation de la concurrence.....	p.48
4.2.4.1 Mise en contexte du concept.....	p.49
4.2.5 La gestion de l'accessibilité (prix) et la gestion des communications (vente) .....	p.50

4.2.5.1 Mise en contexte du concept.....	p.51
4.3 Partie 2 : Contexte socio-démographique.....	p.52
4.3.1 Générations.....	p.53
4.3.2 État Matrimonial.....	p.54

## Chapitre 5 : Hypothèses

5.1 Introduction.....	p.59
5.2 Hypothèses.....	p.59
5.3 Justification des hypothèses.....	p.60

## Chapitre 6 : Méthodologie

6.1 Introduction.....	p.65
6.2 Type de recherche.....	p.65
6.3 Méthode de collecte de données.....	p.66
6.4 Méthodologie analytique.....	p.66
6.5 Échantillon.....	p.67
6.6 Aspects du marché à l'étude.....	p.67
6.6.1 Le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme.....	p.67
6.6.2 La démographie de la ville de Saint-Jérôme.....	p.68

## Chapitre 7 : Instruments et méthodes de la collecte des données

7.1 Introduction.....	p.69
7.2 Type d'instrument.....	p.69
7.2.1 L'observation documentaire.....	p.70
7.2.2 L'entrevue.....	p.70
7.2.3 Le sondage.....	p.70
7.2.4 L'observation directe.....	p.70
7.2.5 L'observation participante.....	p.70
7.3 Les organismes investigués.....	p.71
7.3.1 Ville de Saint-Jérôme.....	p.71
7.3.1.1 Instrument de collecte.....	p.72
7.3.1.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte.....	p.72
7.3.1.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte.....	p.73
7.3.2 Chambre immobilière du grand Montréal.....	p.74
7.3.2.1 Instrument de collecte.....	p.74
7.3.2.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte.....	p.75
7.3.2.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte.....	p.76
7.3.3 Statistique Canada.....	p.77
7.3.3.1 Instrument de collecte.....	p.77
7.3.3.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte.....	p.78
7.3.3.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte.....	p.79
7.3.4 Institut de la Statistique du Québec.....	p.80

7.3.4.1 Instrument de collecte.....	p.80
7.3.4.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte.....	p.81
7.3.4.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte.....	p.81

## Chapitre 8 : Résultats

8.1 Introduction.....	p.83
8.2 Analyse descriptive : Volet Immobilier.....	p.83
8.2.1 L'évolution du marché immobilier (nombre de vente) .....	p.83
8.2.2 L'évolution du nombre de jours requis pour vendre un immeuble résidentiel.....	p.85
8.2.3 L'évolution du prix de vente.....	p.87
8.2.4 L'évolution de l'évaluation municipale.....	p.89
8.2.5 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des maisons unifamiliales.....	p.91
8.2.6 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des condos.....	p.92
8.2.7 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des duplex.....	p.93
8.2.8 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des triplex.....	p.94
8.2.9 L'évolution du nombre de maisons unifamiliales vendues dans chaque arrondissement.....	p.95
8.2.10 L'évolution du nombre de condos vendus dans chaque arrondissement.....	p.96
8.2.11 L'évolution du nombre de duplex vendus dans chaque arrondissement.....	p.98
8.2.12 L'évolution du nombre de triplex vendus dans chaque arrondissement.....	p.98
8.2.13 L'évolution du nombre d'appartements.....	p.99
8.3 Analyse descriptive : Volet Démographique.....	p.100
8.3.1 L'évolution des tranches d'âge.....	p.100
8.3.2 L'évolution des états matrimoniaux.....	p.101

## Chapitre 9 : Discussion

9.1 Introduction.....	p.102
9.2 Validation et invalidation des hypothèses émises.....	p.103

## Chapitre 10 : Conclusion

10.1 Introduction.....	p.110
10.2 Implications managériales.....	p.111
10.3 Recommandation finale.....	p.115
10.4 Pistes de recherches futures.....	p.115

## Liste des Figures

Figure 1 : Modèle générale de recherche.....	p.58
Figure 2 : Évolution de l'immobilier (1996 à 2008) .....	p.85
Figure 3 : Évolution du nombre de jours requis pour vendre (1996 à 2008) .....	p.87
Figure 4 : Évolution du prix de vente (1996 à 2008) .....	p.89
Figure 5 : Évolution de l'évaluation municipale (1996 à 2008) .....	p.91
Figure 6 : Écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale des maisons (1996 à 2008) .....	p.92
Figure 7 : Écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale des condos (1996 à 2008) .....	p.93
Figure 8 : Écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale des duplex (1996 à 2008) .....	p.94
Figure 9 : Écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale des triplex (1996 à 2008) .....	p.95
Figure 10 : Maisons vendues par arrondissement (1996 à 2008) .....	p.96
Figure 11 : Condos vendus par arrondissement (1996 à 2008) .....	p.97
Figure 12 : Duplex vendus par arrondissement (1996 à 2008) .....	p.98
Figure 13 : Triplex vendus par arrondissement (1996 à 2008) .....	p.99
Figure 14 : Nombre de logement (1996 à 2006) .....	p.99
Figure 15 : Évolution des tranches d'âge (1996 à 2006) .....	p.100
Figure 16 : Évolution des états matrimoniaux (1996 à 2006) .....	p.101

## Liste des Tableaux

**Tableau 1 : Caractéristiques des types d'unités d'habitations.....p.46**

**Tableau 2 : Résumé du cadre conceptuel.....p.52**

## Introduction

L'immobilier constitue une part importante de l'économie québécoise. Au sein de l'immobilier dans son ensemble, se retrouve l'immobilier industriel, commercial et résidentiel. En terme économique, l'immobilier résidentiel est le plus important parmi les trois types d'immobilier. Ce domaine emploie des milliers de personnes et est présent dans tous les marchés géographiques du Québec. Il va donc sans dire qu'il est important pour toutes les parties prenantes de bien connaître les différentes facettes de l'immobilier résidentiel. Cela est particulièrement vrai pour les entrepreneurs et les investisseurs; car ce sont eux qui risquent continuellement de très grosses sommes d'argent dans l'achat et la construction de différents types d'immeubles. Ils sont donc primordiaux au développement économique, et immobilier, des centaines de municipalités québécoises.

La ville de Saint-Jérôme ne fait pas exception à la règle. Les entrepreneurs et investisseurs qui y oeuvrent sont assujettis aux mêmes risques et difficultés que partout ailleurs. Il est donc important pour eux de bien connaître le marché dans lequel ils oeuvrent, pour ainsi diminuer les risques auxquels ils font face. De cette manière, il est plus facile pour eux d'offrir à la clientèle ce qu'elle recherche.

À la lumière de ce constat, il est apparu pertinent de créer un guide pour orienter les entrepreneurs et investisseurs qui oeuvrent dans ce marché. Ainsi, pour mieux connaître le marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme, un portrait de chaque année sera décrit, en plus d'avoir une perspective échelonnée sur 13 ans, soit de 1996 à 2008. Pour cette étude, un tableau contenant les différentes statistiques de chaque année a été créé et les caractéristiques suivantes s'y retrouveront, soient : le nombre total d'immeubles vendus pour chaque type d'immeuble, la moyenne du nombre de jours requis pour vendre chaque type d'immeuble, la moyenne de l'évaluation municipale pour chaque type d'immeuble, la moyenne du prix de vente pour chaque type d'immeuble et l'arrondissement dans lequel les différents immeubles ont été vendus. Pour ce qui est de la section « analyse descriptive », les analyses suivantes s'y retrouveront, soient : l'évolution du nombre total de vente pour chaque type d'immeuble, l'évolution de la

moyenne du nombre de jours requis pour vendre chaque type d'immeuble, l'évolution de la moyenne de l'évaluation municipale pour chaque type d'immeuble, l'évolution de la moyenne du prix de vente pour chaque type d'immeuble, l'écart entre la moyenne du prix de vente et la moyenne de l'évaluation municipale pour tous les types d'immeubles, ainsi que l'évolution du nombre d'immeubles vendus par arrondissement. De plus, une section distincte décrira le marché locatif, soit les unités résidentielles étant situées dans des immeubles à logements et une autre section décrira les variations démographiques ayant eu lieu dans la ville de Saint-Jérôme.

Le présent document se veut donc être un guide pour les entrepreneurs et investisseurs oeuvrant dans la ville de Saint-Jérôme. Ce guide comportera une analyse complète du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme. Pour se faire, cette étude comportera dix sections distinctes qui seront disposées en 10 chapitres, soient : la problématique, la revue de littérature, la stratégie de vérification, le cadre conceptuel, les hypothèses, la méthodologie, la méthode de collecte de données, les résultats, la discussion et finalement, la conclusion.

# Chapitre 1

## Problématique

Sujet générale de l'étude : Ville de Saint-Jérôme

### 1.1 Présentation du contexte

Située dans les Laurentides entre Montréal et Tremblant, la ville de Saint-Jérôme, qui est considérée comme étant la *capitale des Laurentides*, a été fondée en 1834. En 2006, celle-ci comptait environ 63 730 habitants, dont l'âge-moyen était de 42,4 ans (41,0 pour l'ensemble du Québec)<sup>1</sup>. Aujourd'hui, cette ville est le fruit des fusions forcées de 2002, qui a réuni les 4 anciennes villes de l'agglomération, soient ; Saint-Jérôme, Lafontaine, Bellefeuille et Saint-Antoine.

Comme mentionnée ci-haut, la ville de Saint-Jérôme est située dans la région administrative des Laurentides. Plus précisément, la ville, 15<sup>ième</sup> en importance au Québec en terme de population, se retrouve au sein de la MRC La Rivière-du-Nord. La ville est d'une superficie de 89,37 km carrés et est ceinturée par 4 autres municipalités, soient : Prévost (Nord), Sainte-Sophie (Sud), Mirabel (Sud) et Saint-Colomban (Ouest). Toujours en 2006, on y retrouvait 28 724 logements privés, 33 000 emplois, 3000 commerces et 300 industries<sup>2</sup>.

La ville conserve aujourd'hui encore plusieurs de ses richesses architecturales historiques. On y retrouve entre autres un « circuit du patrimoine », qui comprend au plusieurs bâtiments datant du 19<sup>ième</sup> et du 20<sup>ième</sup> siècle, dont la fameuse cathédrale de style néo-classique, bâti en 1900. On y retrouve aussi l'authentique statue du Curée Labelle, inaugurée en 1924, l'ancienne caserne de pompier, premier édifice municipal de

---

<sup>1</sup> <http://www.ville.saint-jerome.qc.ca/>

<sup>2</sup> <http://www.ville.saint-jerome.qc.ca/>

la ville bâtit en 1929, le pensionnat des Saints-Anges, érigé en 1930 par les sœurs de Saint-Anne, ainsi que la vieille gare bâtit en 1897, pour ne nommer que ceux-là.

Dans une optique plus contemporaine, la ville de Saint-Jérôme est devenue au cours des dernières années « le pôle de services publics et parapublics le plus important au nord de Montréal et de Laval »<sup>3</sup>. On y retrouve entre autres, un hôpital régional (en plus des autres centres de santé et de services sociaux), un cégep, un train faisant la liaison ferroviaire avec Montréal, des centres commerciaux, en plus d'un pôle de magasin grandes surfaces, et plus récemment, une université. En effet, l'Université du Québec en Outaouais (UQO) s'y est récemment installée pour y offrir plusieurs programmes, offrant un accès privilégié aux habitants de la ville de Saint-Jérôme et des alentours, entre autres, pour les habitants provenant du nord de la ville.

La ville de Saint-Jérôme est aussi reconnue comme étant un pôle de haute technologie. On y retrouve entre autres le Centre d'expérimentation des véhicules électriques du Québec (CEVEQ), ainsi que le Centre de matériaux composites de Saint-Jérôme (CMC) et l'Institut du transport avancé du Québec (ITAQ). De plus, Hydro Québec (acteur de premier plan dans le dossier des moteurs électriques et hybrides) est très bien implantée au sein de la ville, ce qui contribue fortement à l'essor de l'industrie de la haute technologie.

## **1.2 Justification du choix du sujet**

Comme mentionnée ci-haut, la ville de Saint-Jérôme est la 15<sup>ème</sup> ville en importance au Québec en terme de population, avec ses 63 730 habitants et ses 28724 logements privés en 2006. D'emblé, un tel marché peut donc sembler intéressant pour un entrepreneur voulant œuvrer et investir dans le marché immobilier de la ville. Plus intéressant encore, il s'est avéré que la ville de Saint-Jérôme, et ses alentours dans certains cas, occupait une place enviable au sein du palmarès des 15 plus grandes villes du Québec, au niveau du

---

<sup>3</sup> <http://www.ville.saint-jerome.qc.ca/>

taux d'occupation de ses logements privés, ainsi qu'au niveau de la croissance actuelle et anticipée de la population.

N'ayant donc trouvé aucune étude similaire sur le sujet, il a donc semblé justifié et justifiable qu'une telle recherche soit menée pour ainsi obtenir des informations (conclusions) pertinentes sur le marché immobilier de Saint-Jérôme, qui sont à ce jour inconnues.

### **1.2.1 Le taux d'inoccupation**

Le taux d'inoccupation d'une ville, se calcule en divisant le nombre de logements privés libre au sein de la ville, par le nombre de logements privés total au sein de la ville. Ainsi, il est possible de connaître le pourcentage de logements privés qui ne sont pas occupés. Donc logiquement, il est possible de conclure que plus le taux d'inoccupation est faible, plus la demande est forte et plus le taux d'inoccupation est élevé, plus la demande est faible. Il est donc intéressant, voire primordial, pour un entrepreneur voulant œuvrer dans le marché immobilier d'une ville en particulier d'en connaître le taux d'inoccupation pour ne pas aller contribuer à l'offre (en bâtissant des unités résidentielles supplémentaires) là où la demande est déjà faible.

À ce niveau, la ville de Saint-Jérôme se situe au 8<sup>ième</sup> rang parmi les 15 plus grandes villes du Québec, avec un taux d'inoccupation de 3,42% en 2006. Cette statistique situe la ville en milieu de peloton, ce qui la place devant les villes de : Sherbrooke (6,32%), Montréal (5,57%), Trois-Rivières (5,15%), Drummondville (4,67%), Québec (4,36%), Gatineau (4,21%) et Saguenay (3,71%); et derrière les villes de : Lévis (3,31%), Brossard (3,21%), Longueuil (2,96%), Terrebonne (2,90%), Saint-Jean-sur-Richelieu (2,84%), Laval (2,67%) et Repentigny (2,28%)<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> <http://www.statcan.gc.ca/>

Dé plus, en épluchant la littérature existante sur les impacts du taux d'inoccupation sur le marché immobilier, entre autres sur la base de données ABInform, il a été possible de constater plus précisément les impacts réels que peut avoir un faible taux d'inoccupation. Entre autres, dans le cas de Guelph et de Kitchener en Ontario, il a été démontré qu'un faible taux d'inoccupation, jumelé à une augmentation croissante de la population, à contribuer positivement au développement immobilier dans les deux villes. En effet, avec un taux d'inoccupation de 2% et 2,3% respectivement, les deux villes ont bénéficiées d'une telle conjoncture pour augmenter sa production d'unités résidentielles en 2008; « In Guelph (vacancy rate 2%) and Kitchener (vacancy rate 2,3%), strong employment and increasing immigration are contributing to... increasing...housing production »<sup>5</sup>.

Dans un autre article paru dans le Windsor Star, à Windsor Ontario, on estime que le faible taux d'inoccupation, qui se situe à 1,8%, jumelé à une augmentation de la population, permettra aux entrepreneurs locaux de bâtir jusqu'à 1750 nouvelles unités résidentielles dans la grande région de Windsor; « This population increase (and with a) 1,8% of available...(housing) accommodations... the result has...been a booming housing market that is expected to result in 1,750 new housing starts in the greater Windsor area this year »<sup>6</sup>.

Suite à la lecture de ces faits relatés dans différentes publications, il est possible d'affirmer que la présence d'un taux d'inoccupation relativement bas contribue au développement immobilier d'une région/ville donnée. Dans notre cas, la ville de Saint-Jérôme, avec un taux d'inoccupation de 3,42% en 2006 (8<sup>ième</sup> position sur 15), est donc bien positionnée par rapport aux autres villes importantes du Québec, ce qui constitue un facteur significativement intéressant, pouvant en parti justifier l'intérêt démontré pour l'élaboration d'une telle recherche.

---

<sup>5</sup> Affordable Rental Housing Hard to Find, *Anonymous*. Canada NewsWire. Ottawa: Mar 2, 2009.

<sup>6</sup> Growth patterns: When opportunity knocks; [FINAL Edition], The Windsor Star. Windsor, Ont.: Jan 2, 1996. pg. A.6

### **1.2.2 La croissance de la population**

La croissance de la population se calcul en prenant la population à deux années/dates distinctes et en divisant la différence par la population totale à la plus récente des deux années/dates choisies. Ainsi, il est possible de savoir si la population a connu une augmentation ou une diminution, et dans quelles proportions en terme de pourcentage. La croissance de la population d'une ville ou d'une région constitue un facteur essentiel pour le développement économique de celle-ci. Il est donc intéressant, voire primordial, pour un entrepreneur voulant œuvrer dans le marché immobilier d'une ville en particulier d'en connaître la croissance actuelle et anticipée de la population. Si une population est en décroissance, la demande en immobilier s'en trouvera sûrement amoindrie et vice-versa, si une population est en croissance constante, il sera logique d'affirmer que la demande en terme d'unités résidentielles sera aussi croissante.

Le niveau de la croissance de la population est ici observé sous 3 optiques, soient : la ville de Saint-Jérôme, la MRC Rivière-du-Nord et la région administrative des Laurentides. La MRC Rivière-du-Nord et la région administrative des Laurentides sont ici prises en considération pour prendre compte des variations de la population aux alentours de la ville.

Pour ce qui est de la ville de Saint-Jérôme en soi, la ville se situe, ex aequo avec la ville de Drummondville, au 5<sup>ième</sup> rang en terme de la croissance de la population de 2001 à 2006 (6,9%), parmi les 15 plus grandes villes du Québec. À ce niveau donc, 9 villes se retrouvent derrière, soient : Saguenay (- 2,3%), Longueuil (1,6%), Montréal (2,3%), Québec (3,1%), Trois-Rivières (3,2%), Repentigny (5,6%), Sherbrooke (6,2%), Lévis (6,6%) et Gatineau (6,8%). Les villes de ayant eu une plus grande croissance de la population sont : Laval (7,5%), Brossard (9,4%), Saint-Jean-sur-Richelieu (9,9%) et Terrebonne (17,6%)<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> <http://www.statcan.gc.ca/>

Pour ce qui est de la MRC Rivière-du-Nord, dans laquelle se retrouve la ville de Saint-Jérôme ainsi que les villes de Sainte-Sophie, Saint-Colomban, Prévost et Saint-Hippolyte, celle-ci se retrouve au 3<sup>ième</sup> rang (parmi les quelques 102 MRC et territoires équivalents au Québec) de la perspective de croissance de population 2001-2026 faite par l'institut de la statistique du Québec<sup>8</sup>. Cette perspective prévoit une augmentation de 36,2% de la population entre 2001 et 2026<sup>9</sup>. La MRC Rivière-du-Nord se retrouve tout juste derrière le TE (territoire équivalent) de Mirabel ainsi que la MRC Les Pays-d'en-Haut, et tout juste devant la MRC Les Laurentides, qui tous trois, sont des MRC et TE connexe à la MRC Rivière-du-Nord

De plus, pour ce qui est de la région administrative des Laurentides, dont la capitale est Saint-Jérôme, celle-ci se retrouve au 1<sup>ier</sup> rang parmi toutes les 16 autres régions administratives du Québec, avec une augmentation prévue de 28,8% entre 2001 et 2026. Cette statistique est particulièrement intéressante, prenant en considération que 7 des 17 régions administratives anticipent une baisse de leur population, et que la région administrative venant en deuxième position, soit l'Outaouais, anticipe une augmentation de 19,3% de sa population, ce qui est approximativement 33% de moins que les Laurentides<sup>10</sup>. Il y donc un écart significatif entre les deux régions administratives anticipant la plus grande croissance de population.

En épluchant la littérature existante sur les impacts de la croissance de la population sur le marché immobilier, entre autres sur la base de données ABInform, il a été possible de constater plus précisément les impacts réels que ce phénomène peut avoir.

Entre autres, un article portant sur l'accroissement de la population des États-Unis d'Amérique d'ici 2050, stipule qu'il y aura une augmentation de 130 millions d'habitants, se qui contribuera à une forte hausse de la demande pour des unités d'habitations résidentielles; «Such a rise in population growth will create an enormous demand for housing»<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> <http://www.stat.gouv.qc.ca/>

<sup>9</sup> <http://www.stat.gouv.qc.ca/>

<sup>10</sup> <http://www.stat.gouv.qc.ca/>

<sup>11</sup> FOCUS ON REAL ESTATE: Investing in Residential Real Estate in the United States of America

Dans un autre article paru dans la revue *Professional Builder*, les analystes affirment que les marchés immobiliers profitants d'une combinaison de facteurs, dont la croissance de la population, bénéficieront d'un avantage certain pour le développement immobilier à long terme; « These...markets have a combination of factors, including...population growth and a brisk pace of economic development, that bode well for housing in the long term »<sup>12</sup>.

Dans un autre article se basant sur des prévisions de croissance significative de la population, on affirme que le fait que des minorités, en l'occurrence les minorités hispanique et asiatique, augmentent de près du double entre 2010 et 2040. Cette situation, a pour effet direct de faire augmenter le nombre d'unités d'habitations résidentielles construites par les développeurs immobiliers; « The Census Bureau predicts the country's Hispanic and Asian populations will more than double between 2010 and 2040... In response to immigrants' needs, developers are building housing... »<sup>13</sup>.

Finalement, plus près de nous, soit au Canada, on affirme que la hausse de 4,2% de la population de Red Deer en Alberta, a pour effet de susciter une forte hausse de la demande pour la demande d'unités d'habitations résidentielles; « Full- and part-time job creation and an impressive year-over-year population increase of 4.2 per cent in 2005 are the major factors generating persistently strong housing demand in Red Deer »<sup>14</sup>.

Suite à la lecture de ces faits relatés dans différentes publications, il est possible d'affirmer que la présence d'une croissance de la population relativement forte contribue au développement immobilier d'une région/ville donnée. Dans notre cas, la ville de Saint-Jérôme, avec une croissance de population de 6,9% entre 2001 et 2006 (5<sup>ième</sup> position sur 15), est donc bien positionnée par rapport aux autres villes importantes du Québec, ce qui

---

<sup>12</sup> 5 Markets to Watch, *Susan Bady*. *Professional Builder*. Highlands Ranch: May 2008. Vol. 73, Iss. 5; pg. 40, 1 pgs

<sup>13</sup> MINORITY REPORT, *Janice Rosenberg*. *Journal of Property Management*. Chicago: Mar/Apr 2009. Vol. 74, Iss. 2; pg. 28, 4 pgs

<sup>14</sup> Canada Mortgage and Housing Corporation: New Home Construction Increases Across Alberta's Urban Centres, *CCNMatthews Newswire*. Toronto: Jul 11, 2005. pg. 1

constitue un facteur significativement intéressant, pouvant en parti justifier l'intérêt démontré pour l'élaboration d'une telle recherche.

La présence significative de ces deux facteurs, soit le faible taux d'inoccupation ainsi qu'une forte croissance de la population, au sein de la ville de Saint-Jérôme et de ses alentours, contribue donc à l'intérêt suscité pour une telle étude. Il est donc plausible et envisageable que la présence de ceux deux facteurs contribuent significativement à créer un endroit propice à l'investissement immobilier.

### **1.3 Les objectifs**

#### Objectif principal :

Expliquer les tendances socio-démographiques et immobilières de la ville de Saint-Jérôme.

#### Sous objectif 1 :

Établir une tendance socio-démographique de la ville de Saint-Jérôme.

#### Sous objectif 2 :

Établir une tendance des types d'établissement immobilier de la ville de Saint-Jérôme.

#### Sous objectif 3 :

Démontrer le potentiel d'investissement au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme.

Plus précisément, cette étude se veut un guide d'orientation pour les entrepreneurs et investisseurs oeuvrant dans la ville de Saint-Jérôme. Les tendances socio-démographiques et immobilières y seront établies, afin d'orienter les entrepreneurs et investisseurs dans quel type d'immeuble ceux-ci devraient investir.

#### 1.4 Conclusion

Cette étude sera réalisée entièrement à partir de données dites secondaires. Ces données proviennent toutes de parcelle d'études antérieures menées par 4 organismes distincts, soient : Chambre immobilière du grand Montréal, Ville de Saint-Jérôme, l'Institut de la Statistique du Québec et Statistique Canada, sur le marché immobilier unifamilial de la région de Saint-Jérôme. Pour se faire, cette étude se voudra être à la croisée de l'étude de cas et de l'étude descriptive.

En ce qui a trait à la contribution théorique potentielle de cette étude, selon la recherche faite pour la revue de littérature, aucune étude à ce jour n'a été faite précisément sur le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette recherche contribuera donc à apporter plusieurs informations et éléments nouveaux sur le sujet, informations et éléments qui n'ont jamais été révélés à ce jour. D'autres recherches pourraient incidemment s'inspirer de celle-ci pour élaborer plus profondément sur certains aspects que cette recherche révélera.

Parallèlement, la contribution pratique potentielle de cette étude sera surtout pour les entrepreneurs et investisseurs oeuvrant dans le marché immobilier de la région de Saint-Jérôme. Ceux-ci pourront s'y fier pour choisir le type d'investissement qu'ils feront au sein du marché, se basant sur les conclusions finales de la recherche. L'investissement sera donc fait de manière plus éclairée et les risques encourus s'en retrouveront amoindris.

Au sein de cette étude, les sections à venir sont : la revue de littérature, la méthodologie, le cadre opératoire, la stratégie de vérification des données, le choix des instruments de collecte de données, les résultats et finalement la discussion et la conclusion.

## Chapitre 2

### Les types d'études de marché et les études antérieures : Revue de la Littérature

#### 2.1 Introduction

Peu d'analyses scientifiques, ayant trait au marché immobilier unifamilial de la région de Saint-Jérôme, ont été réalisées dans les dernières années. Par contre, plusieurs analyses de marché sont régulièrement publiées par la chambre immobilière du grand Montréal, la SCHL, Statistique Canada et autres organisations (Ville de Saint-Jérôme). Dans ces analyses, plusieurs aspects du marché ont été investigués de manières très segmentées, mais aucune de ceux-ci ne traite spécifiquement du marché immobilier unifamilial de la ville de Saint-Jérôme.

#### 2.2 Typologie des études de marché en marketing

Définition d'une étude de marché : « Collecte méthodique et systématique de toutes les informations (historique, nature et volume de la demande, caractéristiques de la concurrence, barrières à l'entrée, écosystème, etc) concernant un marché, afin d'appréhender le plus précisément possible son potentiel ainsi que les risques qu'il comporte »<sup>15</sup>.

« Les spécialistes de la recherche en marketing distinguent trois types d'études selon les buts poursuivis : l'étude exploratoire, l'étude descriptive et l'étude causale »<sup>16</sup>. Bien que différente dans leur approche, ces trois types d'études se complètent mutuellement. Pour sa part, l'étude exploratoire est fréquemment un préalable à l'étude descriptive, et celle-ci fournit une base conceptuelle à l'étude causale.

<sup>15</sup> <http://www.Emarketing.fr>

<sup>16</sup> Filiatrault, p., Daghfous, N. (2006), Le Marketing, p.153

### **2.2.1 L'étude exploratoire**

L'étude exploratoire est généralement utilisée lorsque le but de la recherche est de découvrir la nature d'un problème existant ou futur qui risque d'affecter une entreprise ou un projet, de formuler des hypothèses et de formuler des questions de recherche. Les méthodes utilisées pour entreprendre ce type d'étude sont habituellement semi-structurées ; exemple : la recherche documentaire et la recherche qualitative.

### **2.2.2 L'étude descriptive**

« L'étude descriptive est plus quantitative (que les deux autres) et suppose une bonne définition du problème posé »<sup>17</sup>. L'étude exploratoire est généralement utilisée lorsque le but de la recherche est d'obtenir un maximum d'informations sur un phénomène précis comme un marché par exemple. Les méthodes utilisées pour entreprendre ce type d'étude se basent habituellement sur la recherche quantitative de par des enquêtes par sondage et des panels. Comme son nom le dit, les études de ce type sont majoritairement de nature descriptive.

### **2.2.3 L'étude causale**

L'étude causale est généralement utilisée lorsque le but de la recherche est de « déterminer avec précision la relation de cause à effet entre deux concepts que le chercheur maîtrise très bien, de manière à formuler des prévisions ou à optimiser des actions marketing contrôlées telles que le niveau de prix, le type de promotion et le choix d'emballage »<sup>18</sup>. Les méthodes utilisées pour entreprendre ce type d'étude se basent communément sur l'expérimentation en laboratoire ou dans des marchés tests.

---

<sup>17</sup> Filiatrault, p., Daghfous, N. (2006), Le Marketing, p.153

<sup>18</sup> Filiatrault, p., Daghfous, N. (2006), Le Marketing, p.153

## **2.3 Études antérieures sur le marché immobilier résidentiel de la région de Saint-Jérôme**

Une étude de marché est une façon ordonnée et objective d'en savoir plus sur certains marchés en particulier. En ce qui a trait au marché de l'immobilier, les études de marché sont faites de façon régulière par plusieurs organismes distincts, dont la SCHL, la chambre immobilière du grand Montréal et autres, pour rester à l'affût des changements constants. Les études de marché sont considérées comme étant un outil primordial pour obtenir de l'information fiable sur un produit, un service ou sur un marché en particulier.

Pour cette section, les études de marché publiées par la chambre immobilière du grand Montréal (en association avec la SCHL) ainsi que les rapports d'analyse de la ville de Saint-Jérôme, seront utilisées pour représenter l'ensemble des études qui ont été faites antérieurement sur le marché immobilier unifamilial de la région de Saint-Jérôme.

### **2.3.1 Profils des communautés, ville de Saint-Jérôme**<sup>19</sup>

Ce recensement, réalisé pour le compte de *Statistique Canada*, investigate plusieurs aspects du profil global de la population jérômiennne et de la ville de Saint-Jérôme. Pour ce travail, seuls les aspects suivants seront pris en compte : « Appartement, immeuble de moins de cinq étages », « Appartement, immeuble de cinq étages ou plus », « Total des logements privés », « Logements privés occupés par des résidents habituels », « Caractéristiques selon l'âge », « Caractéristiques selon l'état matrimonial légal ».

Voici le portrait global du marché immobilier résidentiel démontré par Statistique Canada en 2006 :

Le « total de logements privés », dans la région de Saint-Jérôme, se chiffre à 28 724. De ce nombre, 27 741 sont des « logements privés occupés par des résidents habituels ». De

---

<sup>19</sup><http://www12.statcan.ca/english/census06/data/profiles/community/Details/Page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=2475017&Geo2=PR&Code2=24&Data=Count&SearchText=saint-jerome&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=All&Custom>

ces logements occupés, 39,5% sont des « Maisons individuelles non attenantes », 3,7% sont des « Maisons jumelées », 1,5% sont des « Maisons en rangées », 12,5% sont des « Appartements, duplex », 38,3% sont des « Appartements, immeuble de moins de cinq étages », 3,8% sont des « Appartements, immeuble de cinq étages ou plus » et 0,7% sont des « Autres logements ». De plus, des 27 741 « logements privés occupés par des résidents habituels », le « Nombre de logements possédés » est de 14 855 et le « Nombre de logements loués » est de 12 885. Finalement, le « Nombre de logements construits entre 1986 et 2006 » est de 11 595.

### **2.3.2 Légers affaiblissements du marché de la revente en 2006**<sup>20</sup>

En 2007, le marché de la revente dans les Laurentides a fait un bond considérable par rapport à 2006, avec une augmentation de 2,3% des transactions immobilières. Les prix moyens et médians de ces transactions ont aussi fait un bond appréciable, avec une augmentation de 1,5% et de 3,5% respectivement. Par contre, ces résultats se partagent de façon inégale entre les résidences unifamiliales et les copropriétés.

Pour ce qui est des résidences unifamiliales, le marché a connu une croissance de 2,6% en terme de transaction, une croissance de 3,2% en terme de prix moyen et une croissance de 4,6 en terme de prix médian. Pour sa part, le marché des copropriétés a connu une forte augmentation du nombre de transaction avec 12%, mais a connu une forte baisse des prix moyens et médians, soit -12,1% et -8,2% respectivement. Ces piètres résultats peuvent par contre être expliqués par le fait que ce marché est de petite taille et qu'au niveau trimestriel, les résultats peuvent être sujets à une volatilité particulière.

---

<sup>20</sup> <http://www.unprodunord.com/fr/nouvelles.aspx?id=540>

### **2.3.3 Analyse du marché de la revente - troisième trimestre de 2007 du Montréal métropolitain**<sup>21</sup>

Cette étude porte spécifiquement sur le troisième trimestre du marché de la revente, sur les 25 territoires de la chambre immobilière du grand Montréal. Le territoire qui nous intéresse est le 25, soit celui de la région de Saint-Jérôme spécifiquement.

Au cours de ce trimestre, 188 ventes dans le secteur résidentiel ont été effectuées, soit une augmentation de 21% par rapport au même trimestre de l'année 2006.

L'augmentation moyenne des ventes pour les 5 zones au nord de Laval, soit les zones 13 (Mirabel et les environs), 14 (Saint-Thérèse-de-Blainville et les environs), 15 (Mascouche-Terrebonne et les environs), 16 (Repentigny et les environs) et 25 (Saint-Jérôme), est aussi de 21%. Nous constatons donc que Saint-Jérôme se situe en plein dans la moyenne régionale. Au cours de la même période dans la région de Saint-Jérôme, il y a eu 555 immeubles résidentiels de tout genre qui ont été mis en vente via un agent immobilier, soit une augmentation 19%. Sur cet aspect, la région de Saint-Jérôme se distingue du reste de la région, qui a subi une baisse moyenne de 8% (-8%).

Toujours dans la zone 25, au cours du troisième trimestre de 2007, le prix moyen des ventes résidentielles se situe à 175 699\$, ce qui constitue une augmentation de 3%. Ces deux statistiques sont en dessous des moyennes régionales qui sont de 212 576\$ pour le prix moyen et de 7% en terme d'augmentation du prix de vente moyen. Finalement, le délai de vente qui est de 75 jours dans la zone 25, est légèrement en dessous de la moyenne régionale qui est de 73.

---

<sup>21</sup> [http://cms.centris.ca/medias/publications/64609\\_2007\\_Q04\\_1.pdf](http://cms.centris.ca/medias/publications/64609_2007_Q04_1.pdf)

### **2.3.4 Données provenant de la confection de rôle triennal 2008-2009-2010 (ville de Saint-Jérôme)**<sup>22</sup>

Comme le titre du document l'indique, ces données proviennent de la confection du rôle triennal de la ville de Saint-Jérôme, pour les années 2008 à 2010. Ces données ont été produites par les estimateurs professionnels : Leroux, Beaudry, Picard et associés inc., pour le compte de la ville de Saint-Jérôme.

#### **2.3.4.1 Variation des valeurs pour l'ensemble des catégories imposables du rôle d'évaluation**

Pour l'ensemble de cette analyse, les variations présentées par catégorie sont celles entre l'ancien rôle d'évaluation (2005-2006-2007) et le nouveau rôle d'évaluation (2008-2009-2010). Pour le secteur résidentiel dans son ensemble, la valeur totale est passée de 2 376 202 400\$ à 3 210 367 000\$. La valeur mobilière résidentielle totale a donc subi une augmentation de 35,10%, qui se chiffre à 834 164 600\$.

##### **Catégorie 1 : Condominium**

Pour la catégorie du condominium, la valeur totale est passée de 114 358 300\$ à 154 569 500\$. La valeur totale des condominiums a donc subi une augmentation de 35,16%, qui se chiffre à 40 211 200\$.

##### **Catégorie 2 : Maisons unifamiliales**

Pour la catégorie des maisons unifamiliales, la valeur totale est passée de 1 426 092 700\$ à 1 907 258 600\$. La valeur totale des maisons unifamiliales a donc subi une augmentation de 33,74%, qui se chiffre à 481 165 900\$.

---

<sup>22</sup> Rôle triennal 2008-2009-2010 pour ville de Saint-Jérôme

#### Catégorie 3 : Habitations en commun (duplex et triplex)

Pour la catégorie des habitations en commun, la valeur totale est passée de 41 267 800\$ à 54 236 600\$. La valeur totale des habitations en commun a donc subi une augmentation de 31,43%, qui se chiffre à 12 968 800\$.

#### Catégorie 4 : 2 à 5 appartements

Pour la catégorie des immeubles locatifs qui comptent de 2 à 5 logements, la valeur totale est passée de 531 661 700\$ à 734 932 600\$. La valeur totale des habitations en commun a donc subi une augmentation de 38,23%, qui se chiffre à 203 270 900\$.

#### Catégorie 5 : 6 à 9 appartements

Pour la catégorie des immeubles locatifs qui comptent de 6 à 9 logements, la valeur totale est passée de 89 665 500\$ à 129 303 700\$. La valeur totale des habitations en commun a donc subi une augmentation de 44,21%, qui se chiffre à 39 638 200\$.

#### Catégorie 6 : 10 appartements et plus

Pour la catégorie des immeubles locatifs qui comptent 10 appartements et plus, la valeur totale est passée de 167 194 400\$ à 220 974 200\$. La valeur totale des habitations en commun a donc subi une augmentation de 32,17%, qui se chiffre à 53 779 800\$.

#### **2.3.4.2 Part relative de l'ensemble des catégories imposables ru rôle triennal 2008-2009-2010**

En 2005-2006-2007, les valeurs mobilières résidentielles imposables de la ville de Saint-Jérôme représentaient 76,39% des valeurs mobilières totales de la ville. En 2008-2009-2010, cette proportion a augmenté de 1,44% pour se situer à 77,83%.

### **2.3.4.3 Variation des valeurs comparée à des villes avoisinantes : Rôle triennal 2008-2009-2010**

Cette représentation des variations des valeurs, investigue quatre catégories ; « industrielle », « commerciale », « 6 logements et plus » et les « résidences unifamiliales ». Alors, comme mentionnée ci-haut, en terme de valeurs mobilières résidentielles unifamiliales, la ville Saint-Jérôme a eu une augmentation de 33,74% vis-à-vis au rôle d'évaluation de 2005-2006-2007. Durant la même période, la valeur mobilière résidentielle unifamiliale de la ville de Sainte-Thérèse a augmenté de 30,15%, celle de Mirabel a augmenté de 32,83% et celle de Boisbriand a augmenté de 32,87%. Nous pouvons donc constater que Saint-Jérôme a connu la hausse la plus importante des villes avoisinantes.

Pour ce qui est de la valeur mobilière d'immeuble résidentiel de 6 logements et plus, la ville Saint-Jérôme a connu une augmentation de 36,50% comparativement au rôle d'évaluation de 2005-2006-2007. Durant la même période, la valeur mobilière d'immeuble résidentiel de 6 logements et plus de la ville de Sainte-Thérèse a augmenté de 32,00%, celle de Mirabel a augmenté de 50,55% et celle de Boisbriand a augmenté de 45,20%. Nous pouvons donc constater que Saint-Jérôme a connu une hausse plutôt faible comparativement à celles des villes voisines.

### **2.3.5 Nombre d'unités d'évaluation et valeur imposable moyenne uniformisée par type d'immeuble résidentiel<sup>23</sup>**

Ce recensement, réalisé pour le compte de *L'institut de la statistique du Québec*, indique le nombre d'unité et la valeur moyenne de chaque type d'immeuble résidentiel de la région de Saint-Jérôme, pour les années 2003 à 2007. Celui-ci investigue huit catégories ; « résidences unifamiliales », « copropriété », « immeubles de 2 à 5 logements », « immeubles de 6 logements et plus », « chalet et maison de villégiature », « habitation

<sup>23</sup>[http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct\\_econo/construct/unit\\_eval15\\_mrc.htm#Riviere\\_Nord](http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct_econo/construct/unit_eval15_mrc.htm#Riviere_Nord)

en commun », « maison mobile et roulotte » et « autres immeubles résidentiels ». Pour ce travail, seules les catégories « résidences unifamiliales », « copropriété », « immeubles de 2 à 5 logements » et « immeubles de 6 logements et plus » seront prises en compte.

Le nombre d'unité de résidences unifamiliales est passé de 20 398 en 2003 à 23 479 en 2007. La valeur moyenne de ces unités est passée de 92 073\$ en 2003 à 156 289\$ en 2007. Le nombre d'unité de copropriétés est passé de 726 en 2003 à 1241 en 2007. La valeur moyenne de ces unités est passée de 70 740\$ en 2003 à 122 540\$ en 2007. Le nombre d'immeubles de 2 à 5 logements est passé de 4323 en 2003 à 4677 en 2007. La valeur moyenne de ces unités est passée de 106 383\$ en 2003 à 176 354\$ en 2007. Finalement, le nombre d'immeubles de 6 logements et plus, est passé de 492 en 2003 à 510 en 2007. La valeur moyenne de ces immeubles est passée de 301 238\$ en 2003 à 588 276\$ en 2007.

### **2.3.6 Profils de la région administrative Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme)**<sup>24</sup>

Ce recensement, réalisé pour le compte de *L'institut de la statistique du Québec*, investigate le profil de la région de Saint-Jérôme sous cinq dimensions ; « comptes économiques », « conditions de vie et bien-être », « construction et habitation », « démographie » et « travail et rémunération ». Pour ce travail, seule la catégorie « construction et habitation » est pertinente.

Ce recensement indique ; la valeur foncière moyenne des maisons unifamiliales de la région en 2007 (156 289\$) ainsi que la valeur totale des permis de bâtir en 2006 (243 369 k\$)

<sup>24</sup> [http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/region\\_15/region\\_15\\_00.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/region_15/region_15_00.htm)

### **2.3.7 Valeur des permis de bâtir selon le type de construction, MRC de la Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme)**<sup>25</sup>

Ce recensement, réalisé pour le compte de *L'institut de la statistique du Québec*, investigate la valeur des permis de construire de la région de Saint-Jérôme, pour les années 2002 à 2006, sous quatre catégories ; « commercial », « industriel », « institutionnel » et « résidentiel ». Pour ce travail, seule la catégorie « résidentiel » est pertinente.

Pour le secteur résidentiel de la région de Saint-Jérôme, la valeur totale des permis de bâtir est passée de 87 349 k\$ en 2002 à 209 390 k\$ en 2006.

### **2.3.8 Répartition de l'évaluation foncière uniformisée selon l'utilisation des immeubles, MRC de la Rivière-du-Nord (région de Saint-Jérôme), 2007**<sup>26</sup>

Ce recensement, réalisé pour le compte de *L'institut de la statistique du Québec*, investigate le profil de la région de Saint-Jérôme sous huit dimensions ; « résidentielle », « industries manufacturières », « transport, communication et services publics », « commerciale », « services », « culturelle, récréative et loisir », « production et extraction de richesses naturelles » et « immeubles non exploités et étendus d'eau ». Pour ce travail, seul l'aspect « résidentielle » est pertinent.

La valeur foncière des immeubles résidentiels de la région de Saint-Jérôme se chiffre à 5 255 924,7 k\$ (comprends les valeurs foncières imposables uniformisées ainsi que les valeurs foncières non imposables uniformisées). Les immeubles résidentiels constituent 74,5% de la valeur foncière totale de la région.

<sup>25</sup> [http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct\\_econo/construct/permis15\\_mrc.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct_econo/construct/permis15_mrc.htm)

<sup>26</sup> [http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct\\_econo/construct/rep\\_fonc15\\_mrc.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/regions/profils/profil15/struct_econo/construct/rep_fonc15_mrc.htm)

### **2.3.9 Données (globales) sur les transactions résidentielles MLS, agglomération de Saint-Jérôme**<sup>27</sup>

Ces données proviennent de la banque de donnée MLS, régie par la chambre immobilière du grand Montréal, et ont été rassemblées par monsieur Paul Cardinal M. Sc, directeur analyse du marché de la Fédération des Chambres immobilières du Québec. Ces données portent sur les années 2000 à 2005 et investiguent le marché sous trois dimensions ; « ventes », « prix moyen » et « délai de vente en nombre de jours ». Subséquemment, ces données investiguent le marché sous quatre catégories ; « unifamiliale », « copropriété », « Plex (2 à 5 logements) » et « autres ». Pour ce travail, les quatre catégories seront prises en compte.

En 2000, le nombre total de vente qui a été transigée via un agent immobilier dans la région de Saint-Jérôme a été 434. Le prix moyen de ces ventes se chiffrait à 87 040\$ et le délai de vente moyen se chiffrait à 108 jours. Le nombre de vente total et le prix moyen de ces ventes ont été en constante évolution jusqu'en 2005, où le nombre de vente total se chiffrait à 772 et le prix moyen à 156 572\$. Le délai moyen a aussi connu une évolution positive constante, en passant de 108 jours en 2000 à 70 en 2005.

### **2.3.10 Résidentiel – liste partielle – vendu, MLS, Chambre immobilière du Grand Montréal**<sup>28</sup>

Ces données ont été prélevées au sein de la banque de donnée MLS, régie par la chambre immobilière du grand Montréal, avec l'autorisation d'un agent immobilier affilié. Elles sont répertoriées sous forme de liste, et indiquent plusieurs informations concernant les immeubles qui ont été vendus au cours des 15 dernières années. Ces informations sont ; l'arrondissement, l'adresse de la propriété, le type d'immeuble, l'année de construction, le nombre de fois que la propriété a été vendue depuis sa construction, le nombre de

---

<sup>27</sup> MLS, Chambre immobilière du Grand Montréal

<sup>28</sup> MLS, Chambre immobilière du Grand Montréal

pièces, le prix demandé, le prix vendu, la date de vente et le nombre de jours durant lequel la propriété a été à vendre.

Pour le bien de cette recherche, tous les immeubles résidentiels (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex) qui ont été vendus par le biais d'un agent d'immeuble à Saint-Jérôme, entre 1996 et 2008, ont été répertoriés. Cinq caractéristiques ont été choisies pour analyser le marché résidentiel de la ville de Saint-Jérôme, soient : le nombre total de chaque type d'immeuble vendu, le nombre de jours requis pour vendre l'immeuble, le prix de vente de l'immeuble, l'évaluation municipale de l'immeuble, l'arrondissement dans lequel l'immeuble a été vendu.

## **2.4 Textes théoriques et empiriques**

### **2.4.1 Affordable Rental Housing Hard to Find**<sup>29</sup>

Ce document dit empirique, traite du marché de la location résidentielle, dans les secteurs de Guelph et de Kitchener en Ontario. On y dépeint le marché locatif tel qu'il était en 2008. Ces deux marchés sont dis être « en santé » due à leur taux d'inoccupation se situant sous les 3%, soit à 2,3% et 2% respectivement. Les causes de la bonne posture de ces deux marchés sont principalement la force de l'emploi, mais surtout une hausse significative de la population des deux villes. Cet article provient de *Canada NewsWire*, « Groupe CNW est la première ressource au pays en matière d'information et de renseignements à délai de livraison critique provenant de plus de 10 000 sources, du pays et du monde entier »<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Affordable Rental Housing Hard to Find, *Anonymous*. *Canada NewsWire*. Ottawa: Mar 2, 2009

<sup>30</sup> <http://www.newswire.ca/>

#### **2.4.2 Growth patterns: When opportunity knock**<sup>31</sup>

Ce document dit empirique, traite du marché de la construction résidentielle de la région de Windsor en Ontario. On y dépeint le marché de la construction résidentielle tel qu'il était en 1996. Dû à une baisse du chômage dans la région, d'une économie forte, mais surtout, dû à une croissance significative de la population, ce marché en est un en pleine effervescence. En effet, le taux d'inoccupation de cette région se situe sous la barre des 2%, soit 1,8%, se qui représente le plus faible taux au pays. Cette conjoncture, à fait en sorte que plus de 1750 nouvelles maisons se sont construite au cours de l'année 1996 dans la grande région de Windsor. Cet article provient du quotidien *The Windsor Star*, principal quotidien de la région de Windsor.

#### **2.4.3 FOCUS ON REAL ESTATE: Investing in Residential Real Estate in the United States of America**<sup>32</sup>

Ce document dit empirique, traite du marché immobilier résidentiel en générale, pour l'ensemble des États-Unis en 2008. On y relate les mauvaises nouvelles actuelles, ainsi que les mauvaises prédictions concernant le marché immobilier américain. On prévoit par contre une relance imminente, du à une l'anticipation d'une augmentation de la population américaine de 130 millions de personnes d'ici 2050. On y prédit qu'une telle augmentation de la population entraînera une énorme demande pour les unités résidentielles. Des investissements de plus de 10 « trillions » de dollars, pour ce qui est de la construction résidentielle seulement. Cet article provient du *Real Estate Issues*, ce magazine est publié depuis 1976, « par et pour les professionnels de l'immobilier, focussant sur les applications pratiques et théories appliquées »<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Growth patterns: When opportunity knocks; [FINAL Edition], The Windsor Star. Windsor, Ont.: Jan 2, 1996. pg. A.6

<sup>32</sup> FOCUS ON REAL ESTATE: Investing in Residential Real Estate in the United States of America Richard A Hanson. Real Estate Issues. Chicago: Summer 2008. Vol. 33, Iss. 2; pg. 13, 10 pgs

<sup>33</sup> <http://www.cre.org/publications/rei.cfm>

#### 2.4.4 5 Markets to Watch<sup>34</sup>

Ce document dit empirique, traite de la santé économique, en 2008, de 5 régions métropolitaines à travers les États-Unis, soient : Huntsville (Alabama) Beaumont-Port Arthur (Texas), Allentown-Bethlehem-Easton (New Jersey), Salt Lake City (Utah) et la région de la Nouvelle-Orléan. Ces 5 villes/régions montrent des signes de récupération (économique) plus rapide que la moyenne des villes américaines. Parmi les raisons énoncées pour expliquer ce phénomène, nous retrouvons le marché de l'emploi, la vigueur économique en générale, mais surtout la croissance significative de la population enregistrée dans les 5 villes/régions. Cette conjoncture, laisse présager un marché immobilier résidentiel fort (forte demande) à long terme. Cet article provient de *Professional Builder*, ce magazine est rempli d'information cruciale sur la construction, et est écrit par des professionnels du milieu; « ... filled with crucial information for builders everywhere. It is written by hands-on experts in their respective fields, individuals who understand the building business»<sup>35</sup>.

#### 2.4.5 MINORITY REPORT<sup>36</sup>

Ce document dit empirique, traite de la situation démographique de l'État du Nevada et de ses impacts sur le marché immobilier résidentiel. On insiste particulièrement sur le fait qu'entre 1980 et 2000 au Nevada, la population hispanique a cru de 627%, la population asiatique a cru de 509,9% et que la population noire a cru de 155,7%. Cette hausse significative des populations immigrantes ont et auront des impacts flagrants sur le marché immobilier de l'État. En effet, les autorités prévoient que les immigrants, et ce à long terme, font partie intégrante du marché immobilier résidentiel. Cet article provient du *Journal of Property Management*.

---

<sup>34</sup> 5 Markets to Watch, *Susan Bady*. *Professional Builder*. Highlands Ranch: May 2008. Vol. 73, Iss. 5; pg. 40, 1 pgs

<sup>35</sup> [http://www.hamerville.co.uk/mag\\_pb.htm](http://www.hamerville.co.uk/mag_pb.htm)

<sup>36</sup> MINORITY REPORT, *Janice Rosenberg*. *Journal of Property Management*. Chicago: Mar/Apr 2009. Vol. 74, Iss. 2; pg. 28, 4 pgs

#### **2.4.6 Canada Mortgage and Housing Corporation: New Home Construction Increases Across Alberta's Urban Centres**<sup>37</sup>

Ce document dit empirique, traite du marché immobilier résidentiel des centres urbains situés en Alberta. On y dépeint, entre autres, les marchés de Red Deet et de Grande Prairie. Dans ces deux villes, une hausse significative de la population, jumelée à une hausse de l'emploi, a entraînée une forte demande pour des unités résidentielles unifamiliales. À Grande Prairie, cette hausse de population a fait bondir la construction résidentielle de plus de 16%. Cet article provient de *Canada NewsWire*, « Groupe CNW est la première ressource au pays en matière d'information et de renseignements à délai de livraison critique provenant de plus de 10 000 sources, du pays et du monde entier »<sup>38</sup>.

### **2.5 Ouvrages théoriques et empiriques**

#### **2.5.1 American Generations: Who they are and how they live**<sup>39</sup>

Cet ouvrage dit empirique, traite des différentes statistiques et caractéristiques des différentes générations. Les statistiques et caractéristiques proviennent de la population américaine. On y dépeint, entre autres, des sujets tels que la santé, l'hébergement, le revenu, la scolarité, etc. On y retrouve plus ou moins, l'ensemble des aspects caractérisant le style de vie des Américains. Plus particulièrement, on y décrit les différentes générations, soient les générations Y, X, Babyboomer et Traditionaliste, en offrant les différentes caractéristiques caractérisant chacune d'elles.

---

<sup>37</sup> Canada Mortgage and Housing Corporation: New Home Construction Increases Across Alberta's Urban Centres, *CCNMatthews Newswire*. Toronto: Jul 11, 2005. pg. 1

<sup>38</sup> <http://www.newswire.ca/>

<sup>39</sup> New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaca, New York, New Strategist Publications, 2008, p.459

### **2.5.2 Americans and their homes: Demographics of homeownership**<sup>40</sup>

Cet ouvrage dit empirique, traite des différentes statistiques et caractéristiques concernant les propriétaires d'immobilier résidentiel. Les statistiques et caractéristiques proviennent de la population américaine. On y dépeint, entre autres, des sujets tels que les tendances dans l'achat d'immobilier résidentiel, les dépenses inhérentes à la propriété résidentielle, les propriétaires d'immobilier résidentiel par région, etc. On y retrouve plus ou moins, l'ensemble des aspects caractérisant les propriétaires d'immobilier résidentiels américains. Plus particulièrement, on y retrouve les différentes valeurs utilisées pour analyser le marché immobilier, tels que; la scolarité, les générations (âge) et le statut familial.

### **2.5.3 The Family Dynamic: A Canadian Perspective**<sup>41</sup>

Cet ouvrage dit empirique, traite de l'évolution typique des familles canadiennes. Tout en ayant une perspective canadienne, on y dépeint ce qu'est la famille, ce qu'est le couple, la venue d'un premier enfant, les changements au sein d'une famille, le futur des familles, etc. On y retrouve plus ou moins l'ensemble des caractéristiques des familles canadiennes. Plus particulièrement, on y retrouve les différentes caractéristiques et tendances propres aux gens séparés, qui ont été utilisées pour déterminer les comportements de consommation de ceux-ci.

### **2.5.4 Marital and Sexual Lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and Relationships in Social Context**<sup>42</sup>

Cet ouvrage dit empirique, traite des attitudes et comportements des Américains selon leur état matrimonial. Cet ouvrage consiste en une étude, réalisée par Linda Rouse PhD, professeure en Sociologie à l'université du Texas. Tout en ayant une perspective

---

<sup>40</sup> New Strategist. *Americans and their homes: Demographics of home ownership*, Ithaca, New York, New Strategist Publications, 2005, p.415

<sup>41</sup> Ward, Magaret. *The Family Dynamic: A Canadian perspective, Fourth Edition*, Nelson, 2006, p. 419

<sup>42</sup> Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 327

américaine, on y dépeint les différents traits sociaux des gens selon leur état matrimonial et leur orientation sexuelle. On y retrouve plus ou moins l'ensemble des caractéristiques de la population américaine. Plus particulièrement, on y retrouve les différentes caractéristiques et tendances propres aux gens célibataires, mariés, divorcés et veufs. Ce sont ces caractéristiques qui ont été utilisées pour déterminer les comportements de consommation de ceux-ci.

## Chapitre 3

### Stratégie de vérification

#### 3.1 Introduction

L'étape du choix de la stratégie de vérification en est une essentielle. Celle-ci déterminera la nature de l'observation à réaliser, le type d'information à recueillir pour le bien de la recherche, ainsi que le type de traitement de données qui devra être réalisé. Plus précisément ; « La stratégie de vérification est un choix général sur la façon de déployer les ressources pour appliquer le plus efficacement possible le cadre opératoire, de manière à obtenir la réponse la plus pertinente à la question spécifique de recherche. C'est le choix que l'on doit faire quant au nombre de cas à utiliser et au type de recherche à réaliser pour assurer la vérification la plus complète possible de l'hypothèse. »<sup>43</sup>

#### 3.2 Les types de stratégies de vérification

Comme mentionné dans la littérature traitant de cet aspect d'un travail de recherche, il n'existe pas de qualification précise et commune pour classifier les différents types de stratégies de vérification. Néanmoins, on dénombre pas moins de six différents types de stratégies de vérification qui reviennent régulièrement dans les recherches scientifiques, soit ; *la recherche de développement, la recherche de simulation, la recherche expérimentale provoquée, la vérification expérimentale spontanée (ou quasi expérimentale), l'enquête quantitative (ou corrélationnelle) et l'étude de cas.*

---

<sup>43</sup> Macé, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.78

### **3.2.1 La recherche de développement**

De manière générale, ce type de stratégie de vérification ne contribue pas à vérifier des hypothèses de recherches théoriques. Celle-ci contribue plutôt au type de recherche qui vise à, par exemple, « améliorer la qualité du service à la clientèle » d'une entreprise. Concrètement, ce type de stratégie de vérification « vise à mettre au point ou à améliorer des interventions précises dans le milieu »<sup>44</sup>.

### **3.2.2 La recherche de simulation**

Comme son nom l'indique, ce type de stratégie de vérification a pour but de simuler une situation donnée, avec des individus seuls ou en groupe, pour vérifier les hypothèses émises par le ou les chercheurs. Ceux-ci agissent sur les variables du système à l'étude pour en obtenir le type de résultats désirés.

### **3.2.3 La recherche expérimentale provoquée**

La recherche expérimentale provoquée, est une stratégie de vérification similaire à celle de la recherche de simulation. Par contre, pour la recherche expérimentale provoquée, les chercheurs agissent directement sur la variable dépendante ainsi que sur la variable indépendante. Ceux-ci exercent donc un contrôle complet sur l'expérimentation et peuvent ainsi obtenir les comportements souhaités pour en évaluer les conséquences.

### **3.2.4 La vérification expérimentale spontanée**

Ce type de stratégie de vérification aussi appelée la vérification *quasi expérimentale*, consiste en une expérimentation où le chercheur contrôle la variable indépendante seulement. Incidemment, aucun contrôle n'est exercé sur la variable dépendante. Cette stratégie consiste majoritairement à sélectionner différents groupes et à soumettre l'un ou

---

<sup>44</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.78

plusieurs de ces groupes à la variable dépendante et à ensuite comparer les différences entre le ou les groupes qui n'ont pas été soumis à cette variable dépendante.

### **3.2.5 L'enquête quantitative**

Ce type de stratégie de vérification, aussi appelée *enquête corrélacionnelle*, consiste simplement à comparer différente situation ou résultat, sans toutefois manipuler ni la variable dépendante, ni la variable indépendante.

### **3.2.6 L'étude de cas**

Pour ce type de stratégie de vérification, le chercheur ne manipule ni la variable dépendante, ni la variable indépendante. Celui-ci ne fait qu'observer les diverses relations entre ces variables. Pour ce faire, le chercheur devra soit choisir de mettre l'emphase sur un cas unique ou sur plusieurs cas. Pour utiliser cette stratégie de recherche, il faut habituellement utiliser des sources multiples d'informations.

## **3.3 Conclusion**

Pour le bien de cette recherche qui a comme sujet ; *L'analyse du marché immobilier résidentiel (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex et logement) de la région de Saint-Jérôme*, recherche qui sera réalisée entièrement à partir de données quantitatives dites secondaires, le type de recherche qui sera menée est: L'enquête quantitative (ou enquête corrélacionnelle).

Ce choix de stratégie de vérification a été fait en fonction des quatre critères principaux, soit ; *la nature des données, la nature de l'hypothèse, la nature de la variable dépendante et la nature et le nombre des variables indépendantes*.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.85

**La nature des données :** « Lorsque les données recueillies sont de nature quantitative (données numériques en particulier), il est tout indiqué de faire appel à une stratégie de recherche (vérification) corrélationnelle... »<sup>46</sup> Puisque que cette recherche porte exclusivement sur des données quantitatives numériques, ce critère porte à croire que le choix le plus justifié est *l'enquête quantitative*.

**La nature de l'hypothèse :** « Lorsqu'une hypothèse prédit une variation dans le niveau de la variable dépendante à la suite ou en fonction d'une variation dans le niveau d'une ou plusieurs variables indépendantes, là encore, il convient de faire appel à la stratégie corrélationnelle... »<sup>47</sup> Puisque que cette recherche comportera des hypothèses prévoyant une variation dans le niveau de la variable dépendante à la suite ou en fonction d'une variation dans le niveau d'une ou plusieurs variables indépendantes, ce critère porte à croire que le choix le plus justifié est *l'enquête quantitative*.

**La nature de la variable dépendante :** « Lorsqu'on a une seule variable dépendante ou plusieurs variables dépendantes non reliées entre elles, c'est-à-dire qu'elles peuvent être étudiées une à une, alors on choisit la stratégie de recherche corrélationnelle... »<sup>48</sup> Puisque que cette recherche comporte exclusivement des variables dépendantes non reliées entre elles, ce critère porte à croire que le choix le plus justifié est *l'enquête quantitative*.

**La nature et le nombre des variables indépendantes :** « L'étude corrélationnelle...(est) recommandée lorsqu'il y a peu de variables d'explication. »<sup>49</sup> Puisque que cette recherche comporte peu de variable d'explication, ce critère porte à croire que le choix le plus justifié est *l'enquête quantitative*.

---

<sup>46</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.85

<sup>47</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.85

<sup>48</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.85

<sup>49</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.85

Ayant convenu que les quatre critères principaux indiquent *l'enquête quantitative* comme choix logique d'étude a mené, ce choix a donc été retenu. Par contre, *l'étude de cas* a aussi été retenue, due au fait qu'une partie de l'étude consiste à comparer différentes tendances, pour tenter de déterminer si certaines tendances immobilières s'apparentent à certaines tendances démographiques de la ville de Saint-Jérôme.

# Chapitre 4

## Cadre conceptuel

### 4.1 Introduction

Pour le bien de cette recherche, il a été jugé essentiel de clarifier les concepts et thèmes principaux. Cela, dans le but d'améliorer la compréhension de l'étude. En premier lieu, c'est donc 5 thèmes et concepts qui seront clarifiés et mis en contexte. Ces 5 thèmes et concepts sont : le marché, l'immobilier, l'entrepreneuriat, la concurrence et la gestion de l'accessibilité (prix) ainsi que la gestion des communications (vente). Pour ce qui est de la deuxième partie, soit le contexte socio-économique, 2 autres concepts seront clarifiés et définis. Ces 2 concepts sont : les générations et le statut familial.

### 4.2 Partie 1 : Volet Immobilier

#### 4.2.1 Le marché

Pour ce qui est du concept de marché, il est nécessaire de prendre ce terme dans un contexte contemporain, pour qu'il soit applicable à cette étude. Voici trois définitions tirées de la littérature et du dictionnaire. Dans le contexte contemporain capitaliste, selon Dumez et Jeunemaître (2004), un marché « repose sur des frontières géographiques, commerciales, techniques, sur l'identification de concurrents plus ou moins pérennes. Aucune des frontières n'est complètement imperméable ni complètement stable dans le temps. Mais cet ensemble de frontières n'en définit pas moins des marchés repérables. »<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> Les stratégies de déstabilisation de la concurrence: déverrouillage et recombinaison du marché, HERVÉ DUMEZ; ALAIN JEUNEMAÎTRE, *Revue Française de Gestion*; Jan/Feb 2004; 30, 148; ABI/INFORM Global, p. 1

Dans le Petit Larousse (1994), on définit le marché comme étant un « lieu théorique où se concentre l'offre et la demande; état de l'offre et de la demande. »<sup>51</sup>. Le Petit Robert (2004), définit pour sa part le marché comme étant une « convention portant sur la fourniture de marchandises, de services et de valeurs (accord, affaire, contrat ; achat, échange, vente). »<sup>52</sup>. Pour sa part, Sanders définit le marché comme suit : « A market is defined as a product or group of products (or services) and a geographical area in which is produced or sold, such that a hypothetical profit-maximizing firm, not subject to price regulation, that was the only present and future producer or seller of those products in that area likely would impose an...increase in price, assuming the terms of sale of all other products are held constant. »<sup>53</sup>. Pour résumer, un marché existe lorsque s'exerce le concept d'offre et de la demande pour un produit ou service, ou un ensemble produit ou service au sein d'un emplacement géographique circonscrit.

Dans le cadre de cette étude, le marché convoité, est celui de l'immobilier. Selon l'encyclopédie libre Wikipedia, « Le marché immobilier est le marché des biens immobiliers, pour l'achat/vente ou pour la location (ces deux marchés étant distincts, mais liés par leur même fonction : le logement). »<sup>54</sup>. Pour sa part, l'office québécois de la langue française définit le marché immobilier comme étant un « marché constitué par le volume des transactions portant sur des biens immeubles. »<sup>55</sup>.

Enfin, la définition retenue pour ce concept, pour le bien de cette étude, est celle de Sanders, puisque celle-ci ne réfère pas seulement au lieu théorique ou géographique, mais aussi au concept de produit, de prix et de profit. C'est dans cette optique que l'étude en cours sera menée; soit pour faire en sorte que l'entrepreneur oeuvrant dans le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme offre le bon produit, au bon endroit, au bon prix, pour ainsi en retirer un profit.

---

<sup>51</sup> Petit Larousse 1994 p.631

<sup>52</sup> Petit Robert 2004 p.1569

<sup>53</sup> Market Definition, Merger Review, and Media Monopolization: Congressional App...  
Amy Kristin Sanders, *Federal Communications Law Journal*; Mar 2007; 59, 2; ABI/INFORM Global,  
p. 417

<sup>54</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/March%C3%A9\\_immobilier](http://fr.wikipedia.org/wiki/March%C3%A9_immobilier)

<sup>55</sup> <http://www.olf.gouv.qc.ca/>

#### **4.2.1.1 Mise en contexte du marché à l'étude**

Dans le cadre de cette étude, le marché concerné, est le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Ce marché est constitué de trois segments, soient : résidentiel, commercial et industriel. Le segment de marché visé par cette étude est le segment résidentiel, et les types d'immeubles qui seront investigués sont : condos, maisons unifamiliales, duplex, triplex, logements. Ce segment de marché est constitué de 28 724 unités résidentielles (2006). Les maisons unifamiliales et condos représentent 44,7% de ce segment de marché, les duplex 12,5% et les autres types d'immeubles, dont les triplex et les appartements, représentent 42,8%. De ces immeubles résidentiels, 14 855 sont des unités résidentielles possédées, et 12 885 sont des unités résidentielles louées. De plus, la valeur moyenne des unités unifamiliales possédées est de 162 615\$<sup>56</sup>.

Comme mentionné ci-haut, dans le cadre de cette étude, le marché concerné est le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Plus particulièrement, le marché immobilier résidentiel. Au sein de ce marché, se retrouve 4 subdivisions géographiques, soient : Lafontaine, Bellefeuille, St-Jérôme et St-Antoine. Les produits (immeubles) qui y seront vendus et loués, sont : des maisons unifamiliales, des condos, des duplex, des triplex, et des logements. Ces produits seront vendus et loués à un prix qui fera en sorte d'en retirer un profit intéressant, tout en permettant de vendre ou louer les immeubles rapidement.

#### **4.2.2 L'immobilier**

L'immobilier est un thème à sens très large, qui comprend principalement trois volets, soient : le résidentiel, le commercial et l'industriel. Dans le cadre de cette recherche, le volet investigué est le volet résidentiel. Voici quatre définitions tirées de la littérature et du dictionnaire. L'encyclopédie libre Wikipédia, définit l'immobilier comme étant « ...une activité économique relative à la vente et la location de biens immobiliers

---

<sup>56</sup> <http://www.statcan.gc.ca/>

(logements, bureaux), sous forme d'immeubles, de maisons, de locaux, de hangars, etc). »<sup>57</sup>

Selon l'office québécois de la langue française, l'immobilier est l'« ensemble de bien immeuble – activité relative aux commerces de bien immeuble. »<sup>58</sup>. Dans le Petit Larousse (1994), on définit l'immobilier ainsi ; « Qui est immeuble, composés de biens immeubles, relatif à un immeuble. »<sup>59</sup>. Le Petit Robert (2004), définit pour sa part l'immobilier ainsi ; « Qui est immeuble, composés d'immeubles, ou considéré comme immeuble. Qui concerne, qui a pour objet un immeuble, des immeubles. »<sup>60</sup>

Enfin, les deux définitions retenues pour ce concept, pour le bien de cette étude, sont celles de l'office québécois de la langue française ainsi que celle de l'encyclopédie libre Wikipédia. Ces deux définitions se rejoignent pour affirmer que l'immobilier consiste en l'ensemble des activités économiques (vente, achat, etc.) ayant trait aux biens immobiliers, aux immeubles. Comme mentionnée ci-haut, cette étude porte sur le volet résidentiel de l'immobilier. Mais encore plus précisément, elle porte sur le volet unifamilial de l'immobilier résidentiel. Pour le bien de cette recherche, 5 types d'unités de ce volet très précis ont été sélectionnés, soient : maison unifamiliale, duplex, triplex, condo, logement.

---

<sup>57</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Immobilier>

<sup>58</sup> <http://www.olf.gouv.qc.ca/>

<sup>59</sup> Le Petit Larousse 1994 p.534

<sup>60</sup> Le Petit Robert 2004 p.1313

Tableau 1

**Caractéristiques des types d'unités d'habitations**

Type d'unité	Nombre d'espace habitable	Raison d'être	Modalité
Maison unifamiliale	1	Abriter une seule famille	Acheté ou loué
Condo	1	Abriter une seule famille	Acheté ou loué
Duplex	2	Abriter deux familles	Acheté ou loué
Triplex	3	Abriter trois familles	Acheté ou loué
Logement	1	Abriter une seule famille	Loué seulement

Comme il est possible de le constater, les maisons unifamiliales, les condos et les logements, quoique différents, sont tous constitués d'un seul espace habitable. Incidemment, ces trois types d'immeubles sont aussi conçus pour n'abriter qu'une seule famille. En ce qui concerne la modalité, tous les types d'immeubles peuvent être soit achetés ou loués, à l'exception des logements. Ce type d'immeuble ne peut être que loué.

**4.2.2.1 Mise en contexte du concept**

Dans le cadre de cette étude, les « biens immeubles » qui constitueront le marché visé sont les 5 types d'habitations mentionnés ci-haut. Également comme mentionnée ci-haut, la principale activité économique entourant ces immeubles, consiste en la vente ou la location de ceux-ci. Ces 5 types d'habitations représentent entre 50% et 60% de l'ensemble du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme. L'autre 50% à 40% est constitué d'immeubles commerciaux et industriels.

**4.2.3 L'entrepreneuriat / entrepreneurs**

L'entrepreneuriat est un thème central et primordial de la recherche en cours. L'entièreté de celle-ci est basée sur la perspective de l'entrepreneur/investisseur en immobilier. Voici

donc trois définitions tirées de la littérature et du dictionnaire. Selon l'encyclopédie libre Wikipédia, « Un entrepreneur (une entrepreneuse) est un porteur de projet(s), ayant fondé ou repris une entreprise dans le modèle du capitalisme. Le terme d'entrepreneur... renvoie à l'idée de lancement d'une structure pouvant être une entreprise, un projet humanitaire, une association... »<sup>61</sup>

Dans le Petit Larousse (1990), un entrepreneur est un « Chef d'une entreprise et particulièrement d'une entreprise de bâtiment ou de travaux publics. »<sup>62</sup> Pour sa part, le Petit Robert (2004), définit l'entrepreneur comme étant une « Personne qui dirige une entreprise et met divers facteurs de production en vue de produire des biens ou offrir des services. »<sup>63</sup>

Enfin, les définitions retenues pour définir ce concept, pour le bien de cette étude, sont celles du Petit Robert 2004 et de l'encyclopédie libre Wikipédia. En effet, pour atteindre des buts dits socio-économiques, il doit inévitablement y avoir l'intervention d'entrepreneurs. L'entrepreneuriat en soit, consiste donc en la création de richesse, de valeurs, d'emploi et de tissu socio-économique en général. L'entrepreneuriat peut aussi être perçu comme étant une configuration organisée, servant à atteindre des buts à finalité socio-économique. Ceux-ci constituent le cœur et l'âme de l'entrepreneuriat. Ce sont eux qui pilotent les projets et qui les mènent à terme, pour en arriver à la création de richesse, de valeurs, d'emploi et de tissu socio-économique.

Pour résumé, l'entrepreneuriat représente les mesures et actions prises par un entrepreneur pour mener un ou des projets à terme. Conséquemment, un entrepreneur est la personne chargée de mener ce ou ces projets à terme.

---

<sup>61</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Entrepreneur>

<sup>62</sup> Le Petit Larousse 1990 p.376

<sup>63</sup> Le Petit Robert 2004 p. 909

#### **4.2.3.1 Mise en contexte du concept**

Cette étude consiste en un guide pour l'entrepreneur voulant œuvrer dans le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. L'entrepreneur consiste donc en un élément central de la recherche. Il est celui qui fait en sorte que le marché immobilier continue de s'élargir au fil du temps. Il investit dans le marché et fait en sorte que la demande d'unités résidentielles soit comblée à mesure que celle-ci augmente. Ce processus économique est bien sûr exercé dans le but d'en retirer un profit.

#### **4.2.4 La conceptualisation de la concurrence**

Lorsqu'une personne/entreprise est la seule à offrir un produit ou service au sein d'un marché circonscrit, celle-ci œuvre alors dans un marché monopolistique et il est dit que celle-ci « a le monopole ». Dans un tel marché, la concurrence est alors inexistante. La concurrence est un concept qui émerge lorsque deux ou plusieurs personnes/entreprises offrent un même produit ou service. Dans le cadre de cette étude, le concept de concurrence est la première raison d'être. S'il n'y avait qu'un seul entrepreneur oeuvrant dans le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme, nul n'aurait alors besoin d'un guide pour savoir où et comment investir dans celui-ci. Voici donc quatre définitions tirées de la littérature et du dictionnaire.

Selon Porac et Thomas (1990), la concurrence est un concept traité par les théoriciens comme étant « an environmental perspective, and they have viewed competitive independencies as external pressures on the actions and outcomes of individual organisations. »<sup>64</sup>

Le Petit Larousse (1990) définit le concept de la concurrence ainsi : « Rivalité d'intérêts...provoquant une compétition...entre commerçants ou industriels qui tentent d'attirer à eux la clientèle par les meilleures conditions de prix, de qualité, etc...système

---

<sup>64</sup> Taxonomic Mental Models In Competitor Definition, *Academy of Management. The Academy of Management Review*; Apr 1990; 15, 2; ABI/INFORM Global, p. 224

économique qui ne comporte aucune intervention de l'état en vue de limiter la liberté de l'industrie et du commerce, et qui considère les coalitions de producteurs comme des délits. »<sup>65</sup>

Dans Le Petit Robert (2004), la concurrence est un « rapport entre entreprises, commerçants qui se disputent une clientèle ; régime à chacun la liberté de produire, de vendre ce qu'il veut, aux conditions qu'il choisit. »<sup>66</sup> Pour sa part, L'encyclopédie libre Wikipédia définit la concurrence « économique » comme étant « une situation où plusieurs agents proposent des produits ou des services équivalents ou bien dont les domaines d'utilisation se recouvrent. Les clients potentiels sont alors dans une situation de choix entre les différents produits accessibles. »<sup>67</sup>

Enfin, la définition retenue pour définir ce concept, pour le bien de cette étude, est celle de Porac et Thomas. Cette définition ne prend pas seulement en considération les pressions exercées sur une entreprise par les autres. Les auteurs de cette citation, perçoivent la concurrence comme étant une finalité inévitable au sein d'un environnement dit économique. Bien sûr, ils rejoignent ensuite les autres définitions citées en affirmant que les actions d'une entreprise sont influencées par les actions des autres entreprises oeuvrant dans le même domaine (les concurrents).

Pour résumer, le concept de concurrence en est un de rivalité entre personnes ou commerçants, pour un même produit ou service au sein d'un même marché. Le résultat découlant de cette rivalité est l'obtention d'une partie de la clientèle visée.

#### **4.2.4.1 Mise en contexte du concept**

Dans le cadre de cette étude, la concurrence est directement liée au concept de l'entrepreneuriat. La concurrence est ici perçue comme étant les différents entrepreneurs et investisseurs oeuvrant au sein du même environnement, soit le marché immobilier de la

---

<sup>65</sup> Le Petit Larousse 1990 p. 244

<sup>66</sup> Le Petit Robert 2004 p. 503

<sup>67</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Concurrence\\_%C3%A9conomique](http://fr.wikipedia.org/wiki/Concurrence_%C3%A9conomique)

ville de Saint-Jérôme. Ceux-ci se font compétition en vendant le même type d'habitation résidentiel. Les pressions exercées par les différents entrepreneurs et investisseurs, ont comme effet d'avoir un impact sur les prix, l'endroit géographique où chacun œuvre ainsi que sur les différents types d'immeubles qui seront vendus ou loués.

#### **4.2.5 La gestion de l'accessibilité (prix) et la gestion des communications (vente)**

Le prix (et la valeur) des immeubles, qui sont vendus et achetés par les consommateurs, est un aspect fondamental de ce qu'est l'immobilier. C'est donc dire que pour le bien de cette recherche, il est primordial de bien comprendre et définir ce concept. De plus, il est important de comprendre que le prix affecte directement la vente des immeubles, vente qui représente la finalité ultime que cherche à atteindre un entrepreneur en immobilier. La vente représente donc un autre concept devant être bien compris et défini pour le bien de cette recherche. Voici donc trois définitions tirées de la littérature et du dictionnaire pour chacun des concepts.

Selon l'encyclopédie libre Wikipédia, le concept de « prix », dans un contexte économique, est défini comme étant « le montant monétaire échangé contre un bien ou un service lors d'un achat ou d'une vente. »<sup>68</sup> Le Petit Larousse (1990) définit, pour sa part, le concept de prix ainsi : « Valeur d'une chose, exprimée en monnaie... valeur, importance attachée à quelque chose; ce qu'il en coûte pour obtenir quelque chose. »<sup>69</sup> Dans Le Petit Robert (2004), le prix représente le « rapport de valeur d'un bien à un autre bien; rapport d'échange entre un bien ou un service et la monnaie. »<sup>70</sup>

Enfin, la définition retenue pour définir le concept de prix, pour le bien de cette étude, est celle du Petit Larousse 1990. Cette définition exprime clairement comme quoi un bien ou un service a une valeur monétaire, mais aussi une valeur en terme d'importance pour la personne. Cette nuance est importante à faire en immobilier, car le même immeuble peut

---

<sup>68</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Prix>

<sup>69</sup> Le Petit Larousse 1990 p. 784

<sup>70</sup> Le Petit Robert 2004 p. 2074

valoir plus aux yeux de quelqu'un que pour une autre personne, dû à l'emplacement géographique, le type d'immeuble, etc.

Pour ce qui est du concept de la vente, qui est étroitement lié à celui du prix, l'encyclopédie libre Wikipédia affirme que la vente est « ... la cession d'un bien ou d'un service en échange d'une somme d'argent convenue entre le vendeur, celui qui cède le bien ou le service, et l'acheteur, celui qui paie. Par extension, une vente est l'ensemble du processus qui conduit à la conclusion de cet accord de cession. »<sup>71</sup> Le Petit Larousse (1990) définit le concept de vente ainsi : « Action de vendre quelque chose, d'échanger une marchandise contre de l'argent. »<sup>72</sup> Dans Le Petit Robert (2004), la vente représente le « Fait d'échanger une marchandise contre son prix, de la transmettre en toute propriété à un acquéreur en la faisant payer. »<sup>73</sup>

Enfin, la définition retenue pour définir ce concept, pour le bien de cette étude, est celle de l'encyclopédie libre Wikipédia. En effet, le concept de la vente représente tout le processus comportant le fait de céder ou d'échanger la propriété d'un bien ou service, en retour de monnaie (somme d'argent). La somme d'argent déboursé pour obtenir les droits de propriété d'un bien ou service, représente le prix payé par l'acquéreur. Une fois le processus terminé, il est alors possible d'affirmer qu'une vente a été effectuée.

#### **4.2.5.1 Mise en contexte du concept**

Dans le cadre de cette étude, les concepts de prix et de vente sont deux concepts clés autour desquels tourne l'ensemble de la recherche. Le prix de vente consiste en le montant demandé par les entrepreneurs/investisseurs pour leurs unités d'habitations résidentielles. En contrepartie, la vente consiste en l'action de céder un immeuble en question à une autre personne en échange du prix demandé.

---

<sup>71</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Vente>

<sup>72</sup> Le Petit Larousse 1990 p. 1012

<sup>73</sup> Le Petit Robert 2004 p. 2751

Tableau 2

**Résumé du cadre conceptuel**

<b><u>Concept</u></b>	<b><u>Résumés des définitions du concept</u></b>
<b>Le marché</b>	Un marché existe lorsque s'exerce le concept d'offre et de la demande pour un produit ou service, ou un ensemble produit ou service au sein d'un emplacement géographique circonscrit.
<b>L'immobilier</b>	L'immobilier consiste à l'ensemble des activités économiques (vente, achat, etc.) ayant trait aux biens immobiliers, aux immeubles.
<b>L'entrepreneuriat</b>	L'entrepreneuriat représente les mesures et actions prises par un entrepreneur pour mener un ou des projets à terme.
<b>La conceptualisation de la concurrence</b>	La concurrence représente la rivalité économique entre personnes ou commerçants, pour la vente d'un même produit ou service au sein d'un même marché
<b>La gestion de l'accessibilité (prix)</b>	Le prix représente la valeur en monnaie d'un bien ou service.
<b>La gestion des communications (vente)</b>	La vente représente le fait de céder ou d'échanger la propriété d'un bien ou service, en retour de monnaie (somme d'argent)

**4.3 Partie 2 : Contexte socio-démographique**

Dans le cadre de cette étude, le contexte socio-économique des habitants de la ville de Saint-Jérôme sera pris en considération pour en dépeindre des tendances et ainsi les apparenter aux tendances de vente des différents types d'immeubles. Ainsi, l'analyse du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme sera faite de façon à prendre en considération les consommateurs qui constituent la clientèle cible pour les entrepreneurs/investisseurs. Parmi les aspects socio-économiques pris en considération pour le bien de cette étude se retrouve; les différentes générations, le statut familial ainsi que la scolarité. Les caractéristiques de chacun de ces aspects seront divulguées, pour ainsi pouvoir élaborer des hypothèses concernant les différents acheteurs des différents types d'immeubles.

### 4.3.1 Génération

Il existe 4 différentes générations identifiées; la génération Y, la génération X, la génération babyboomer et la génération traditionalistes. Ces 4 générations représentent différentes strates de la population et présentent dès lors, des caractéristiques différentes.

Génération Y<sup>74</sup> : Cette génération est constituée de personnes étant nées entre 1975 et 1994. Donc, en 2009, le spectre d'âge varie entre 15 et 34 ans. À l'instar d'autre génération, les gens de cette génération partagent les mêmes valeurs que celle de leurs parents. En terme de libéralisme, la génération Y est encore plus libérale que ses prédécesseurs. Cette génération est aussi la première à avoir été élevée avec le cellulaire et l'Internet, ils sont donc toujours connectés.

Génération X<sup>75</sup> : Cette génération est constituée de personnes étant nées entre 1965 et 1976. Donc, en 2009, le spectre d'âge varie entre 35 et 44 ans. Cette tranche de la population est bien éduquée. Ils sont les parents d'une très grande partie des enfants de moins de 18 ans. Elle constitue donc un pourcentage important des familles. Cette génération a du mal à concilier travail et famille, les enfants et les employés étant toujours plus exigeants. La génération X a donc peu de moyens financiers et peu de temps libre à s'accorder. Ils s'en retrouvent avec un plus petit pouvoir d'achat. De plus, cette génération a toujours vécu dans l'ombre de la génération babyboomer, ceux-ci occupant massivement le marché de l'emploi.

Génération Babyboomer<sup>76</sup> : Cette génération est constituée de personnes étant nées entre 1946 et 1964. Donc, en 2009, le spectre d'âge varie entre 45 et 64 ans. Cette génération constitue la plus grande proportion de la population totale. Ils ont donc eu une influence indéniable sur l'économie. Cette génération est aujourd'hui à l'aise financièrement et près

---

<sup>74</sup> New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaqua, New York, New Strategist Publications, 2008, p.5 & 8

<sup>75</sup> New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaqua, New York, New Strategist Publications, 2008, p.5 & 13

<sup>76</sup> New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaqua, New York, New Strategist Publications, 2008, p.5,18

de leur retraite et ils se préparent à utiliser leurs économies pour se payer du bon temps. De plus, les gens de cette génération sont les parents d'une grande proportion des jeunes de la génération Y. Une des grandes préoccupations des boomers, est donc le bien-être de ceux-ci, c'est donc pourquoi les boomers dépensent beaucoup pour eux.

Génération Traditionalistes<sup>77</sup> : Cette génération est constituée de personnes étant nées après 1946. Donc, en 2009, le spectre d'âge est donc de 65 ans et plus. Cette génération comprend 2 sous-catégories, soit : la génération « Swing » (né entre 1933 et 1945) et la génération « 2<sup>ème</sup> guerre mondiale » (né après 1933). Cette génération n'est pas très éduquée. Ils ont des valeurs plutôt conservatrices. Les plus jeunes de cette génération, la génération Swing, sont parmi les gens les plus influents de la société. En dépit du fait que la majorité soit à leur retraite, ils sont toujours présents comme présidents de compagnie, comme politiciens, etc. Cette génération est la première à avoir bénéficié des régimes de retraite.

#### **4.3.2 État Matrimonial**

Selon Statistique Canada, il existe 5 différents états matrimoniaux; célibataire, marié, séparé, divorcé et veuf. Ces 5 états matrimoniaux représentent différentes portions de la population et présentent dès lors, des caractéristiques différentes.

Célibataire<sup>78</sup> : Parmi les 5 différents groupes (états matrimoniaux), les célibataires viennent au deuxième rang en terme de niveau de difficultés économiques rencontrées, tout juste derrière les personnes divorcées. Les gens célibataires éprouvent généralement un sentiment de bien-être inférieur à celui des gens mariés. Les gens célibataires ont aussi généralement un moins bon revenu, une moins bonne santé et un taux de satisfaction sexuel moins élevé que les gens mariés.

---

<sup>77</sup> New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaca, New York, New Strategist Publications, 2008, p.5,23,28

<sup>78</sup> Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 51,119,122,266

Il y a deux types de célibataire, il y a les célibataires vivants seuls et les célibataires cohabitant avec une autre personne, sans toutefois être marié. Donc, pour une grande partie des célibataires, le fait de cohabiter avec une autre personne offre à ceux-ci un sentiment supérieur de bien-être. Ce sentiment de bien-être provient du fait que les personnes qui cohabitent, bénéficient d'un plus haut niveau d'attachement social, de support émotionnel et de ressources économiques.

Les raisons qui poussent les gens à rester célibataire sont; la liberté, le plaisir, le temps libre pour les amis, l'autosuffisance et l'indépendance économique. Pour un célibataire vivant seul, une source prédominante d'attachement social est le cercle d'amis. Le cercle d'amis fournit aux célibataires cette sensation de bien-être ressenti par les gens en couple.

Marié<sup>79</sup> : Les gens mariés, en moyenne, ont une meilleure santé, vivent plus longtemps, ont une meilleure vie sexuelle et ont plus de moyens financiers que les gens faisant partie de tout autre statut matrimonial. Les gens mariés profitent d'une augmentation des ressources économiques, de support émotif et d'un sentiment d'attachement social, provenant de leur partenaire, ce qui contribue au sentiment de bien-être et aux bienfaits du mariage. Dans l'échantillon de l'étude de Linda Rouse, les gens mariés avaient le plus haut revenu par ménage et le plus bas niveau de difficultés économiques rencontrées.

Stein (1981) avance que la sécurité, le statut social, le désir d'avoir des enfants, une vie sexuelle satisfaisante ainsi que l'amour, sont toutes des raisons qui poussent les gens à se marier. Cet auteur précise aussi que la pression familiale, le désir de partir de la maison, la solitude et la dépendance, sont d'autres raisons, dans une perspective plus négative, qui pousse aussi les gens se mariés.

Séparé<sup>80</sup> : La séparation d'un couple, selon Ward, est la troisième et dernière phase avant le divorce. Cette période est caractérisée par la fréquence des conflits entre les deux partenaires. Ces conflits sont souvent une tentative de punir l'autre, mais ils sont aussi

---

<sup>79</sup> Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 50,117,119,122,266

<sup>80</sup> Ward, Magaret. *The Family Dynamic: A Canadian perspective, Fourth Edition*, Nelson, 2006, p. 242

parfois une tentative de rester en contact, pour un des deux partenaires qui n'est pas d'accord avec la séparation (Emery et Dillon, 1994). Si le couple a un enfant, les parents doivent, durant cette étape, restructurer la famille. Les parents deviennent dorénavant des « co-parents », et ceux-ci habitent généralement dans deux lieux de résidences différents. Parfois les parents peuvent rester ami, mais ils se contentent généralement se concentrer sur les besoins de l'enfant, sans plus. Cette situation a aussi pour effet d'amoinrir le revenu par ménages des deux partenaires.

Divorcé<sup>81</sup> : À l'étape du divorce, les deux partenaires se détachent émotionnellement l'un de l'autre. Tout sens de confiance, attirance physique et d'amour s'en retrouve grandement diminué. Les deux partenaires habitent dans deux lieux de résidences distincts. Tous biens matériels appartenant au couple sont séparés et redistribués conditionnels à la décision d'un juge ou à l'entente survenue entre les deux parties. Dans l'échantillon de l'étude de Linda Rouse, les gens divorcés avaient un plus bas revenu par ménage que les gens mariés, ainsi que le plus haut niveau de difficultés économiques rencontrées.

Les gens qui ont été mariés pendant longtemps ont souvent de la difficulté à se retrouver seul. Le divorce en soi, n'a pas un effet significatif sur la détresse psychologique.

Veuf<sup>82</sup> : Une personne veuve, est une personne dont le conjoint est décédé. Plusieurs de ces personnes se remarient éventuellement. Par contre, les femmes sont moins enclines de se remarier, due au fait que le nombre d'homme diminue plus vite que le nombre de femmes. Vu leur âge élevé, ces gens font principalement parti de la génération Traditionaliste. Cette génération n'est pas très éduquée. Ils ont des valeurs plutôt conservatrices. Les plus jeunes de cette génération, la génération Swing, sont parmi les gens les plus influents de la société. En dépit du fait que la majorité soit à leur retraite, ils

---

<sup>81</sup> Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 119,120,121

<sup>82</sup> Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 48 + New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaca, New York, New Strategist Publications, 2008, p.5,23,28

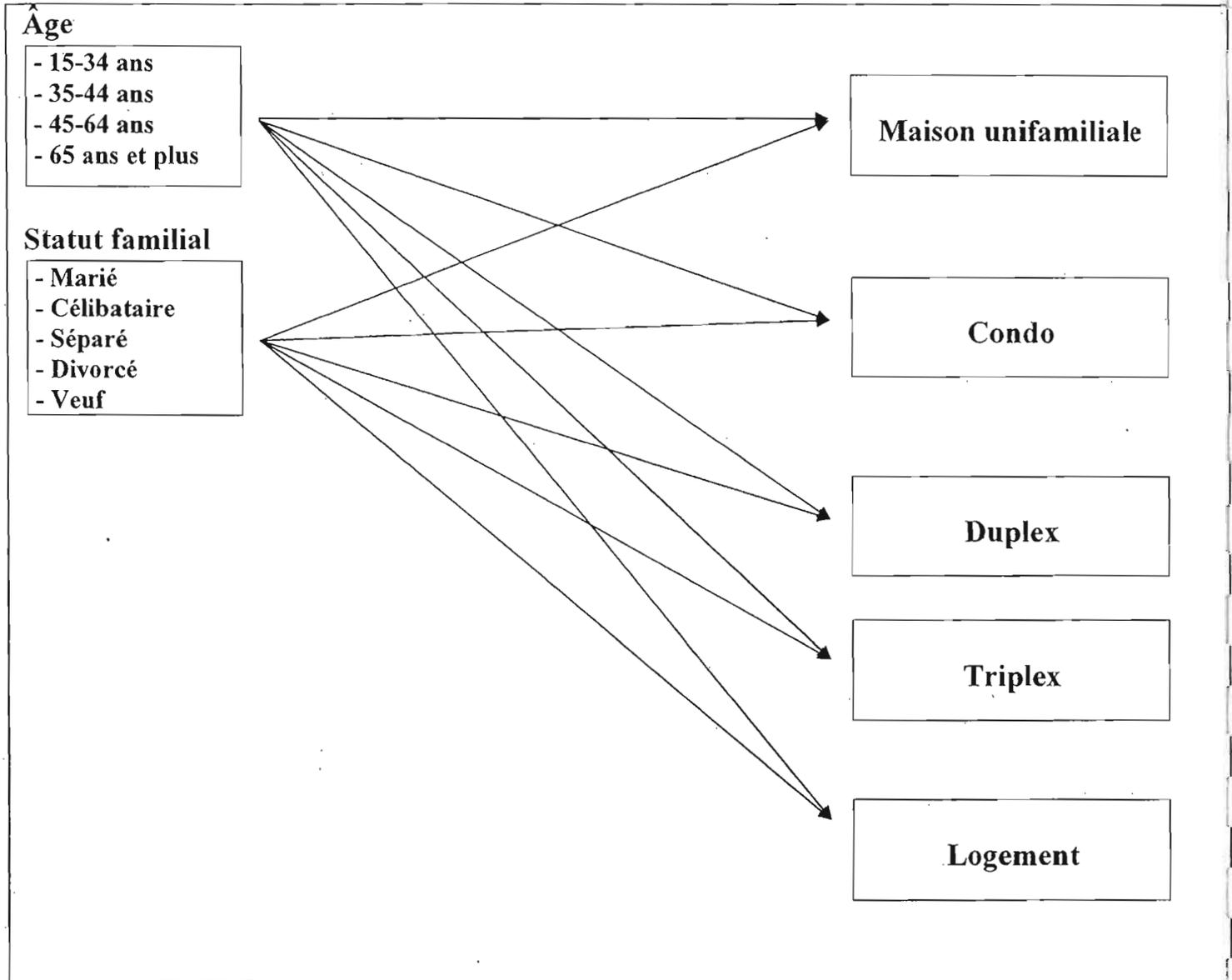
sont toujours présents comme présidents de compagnie, comme politiciens, etc. Cette génération est la première à avoir bénéficié des régimes de retraite.

Modèle de recherche

Figure 1

Modèle général de recherche

Contexte Ville de Saint-Jérôme



# Chapitre 5

## Hypothèses

### 5.1 Introduction

Les hypothèses ont été formulées de façon à comparer les différentes variations immobilières et démographiques. Concrètement, ce sont les tendances des proportions démographiques et immobilières qui sont comparées. Donc, pour l'aspect démographique, le nombre total correspondant à chaque tranche d'âge et statut matrimonial a été divisé par la population totale âgée de 15 ans et plus pour déterminer la proportion de chacun. Cela a été fait pour les années 1996, 2001 et 2006. Pour ce qui est de l'aspect immobilier, le nombre total de vente correspondant à chaque type d'immeuble a été divisé par le nombre total de transactions au courant de l'année. Ainsi, la proportion des ventes de chaque type d'immeuble au sein du marché a pu être déterminée. Cela a été fait pour les années 1996, 2001 et 2006. En comparant les deux tendances, soit immobilières et démographiques, sur une période de 10 ans, il est possible de constater que l'évolution de certains aspects démographiques s'apparente à l'évolution de la vente de certains types d'immeuble (ou de la construction d'unité dans le cas des logements).

### 5.2 Hypothèses

H1- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 15-34 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de duplex et de triplex.

H2- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 35-44 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement.

H3- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 45-64 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de maisons unifamiliales.

H4- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 65 et plus, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de condos.

H5- La tendance de la proportion démographique des personnes célibataire entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la construction d'unité de logement.

H6- La tendance de la proportion démographique de personnes mariées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de maisons unifamiliales.

H7- La tendance de la proportion démographique de personnes séparées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement.

H8- La tendance de la proportion démographique de personnes divorcées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement.

H9- La tendance de la proportion démographique de personnes veuves entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement (logement pour personnes âgées).

### **5.3 Justification des hypothèses**

Les hypothèses ont été posées selon les caractéristiques démographiques de chacun des groupes d'âge et des statuts matrimoniaux retrouvés dans la littérature. Ainsi, selon ces caractéristiques, il a été possible de supposer que l'évolution de la proportion d'un aspect démographique en particulier s'apparente à l'évolution de la proportion dans le marché d'un type d'immeuble en particulier.

#### Hypothèse 1

Selon les caractéristiques de la tranche d'âge 15-34 ans fourni par les ouvrages de *The New Strategist*, il a été présumé que la variation de cette tranche d'âge entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la vente de duplex et de triplex pour la même période.

N'ayant pas les mêmes ambitions que leurs parents, cette génération n'a pas

nécessairement le rêve absolu d'être propriétaire d'une maison unifamiliale. C'est donc dire que si ceux-ci n'emménagent pas directement dans une maison unifamiliale lorsqu'il quitte le foyer parental, ils n'interpréteront pas cela comme étant un échec. De plus, cette génération est reconnue pour être dotée d'un sens pratique. Le duplex et le triplex s'avèrent donc les types d'immeubles qui se rapprochent le plus de leur idéal. Cela est dû au fait que d'habiter dans une habitation à logement multiple réunit 2 avantages majeurs, soit d'être propriétaire et de bénéficier de un ou même deux revenus supplémentaire provenant de la location des unités de logements supplémentaires. Ces revenus supplémentaires leur permettent en soi d'être propriétaires, tout en payant moins cher que pour une habitation unifamiliale telle une maison ou un condo.

### Hypothèse 2

Selon les caractéristiques de la tranche d'âge 35-44 ans fourni par les ouvrages de *The New Strategist*, il a été présumé que la variation de cette tranche d'âge entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la construction de logements pour la même période. Cette génération en est une tampon, ayant toujours vécu dans l'ombre de la génération babyboomer. Ceux-ci s'en retrouvent donc généralement appauvris, ayant peu de moyens financiers et donc un plus petit pouvoir d'achat. Sachant que les unités d'habitations résidentielles les plus abordables sont les logements, il a été supposé que c'est cette génération qui occupe massivement les unités de logements. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la construction d'unités logements.

### Hypothèse 3

Selon les caractéristiques de la tranche d'âge 45-64 ans fourni par les ouvrages de *The New Strategist*, il a été présumé que la variation de cette tranche d'âge entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la vente de maisons unifamiliales pour la même période. Cette tranche d'âge a comme particularité d'être, en moyenne, la plus à l'aise financièrement et donc celle avec le plus grand pouvoir d'achat. Cette particularité les

met donc en tête de liste pour l'achat de maisons unifamiliales, qui représentent l'habitation la plus dispendieuse parmi les 5 types d'immeuble considéré dans cette recherche. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la vente de maisons unifamiliales.

#### Hypothèse 4

Selon les caractéristiques de la tranche d'âge 65 ans et plus fourni par les ouvrages de *The New Strategist*, il a été présumé que la variation de cette tranche d'âge entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la vente de condo pour la même période. Cette tranche d'âge a comme particularité d'être, à l'aise financièrement, en plus d'être la première à bénéficier de régimes de retraite. De plus, la grande majorité de ceux-ci sont à leur retraite. Ces gens en sont donc à un stade de leurs vies où ils désirent en profiter. Ayant les moyens financiers d'être propriétaire, mais n'ayant pas nécessairement envie d'être obligé d'entretenir une propriété avec toutes les responsabilités que cela implique, le condo s'avère être l'option la plus appropriée à leurs besoins. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la vente de condo.

#### Hypothèse 5

Selon les caractéristiques des gens étant célibataires, fourni par l'étude sociologique *Marital and sexual lifestyles in the United States*, il a été présumé que la variation de cet état matrimonial entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la construction d'unité de logement pour la même période. En effet, les célibataires viennent au deuxième rang en terme de niveau de difficultés économiques rencontrées, tout juste derrière les personnes divorcées. Sachant que les unités d'habitations résidentielles les plus abordables sont les logements, il a été supposé que les gens célibataires occupent généralement les unités de logements. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la construction d'unité de logement.

### Hypothèse 6

Selon les caractéristiques des gens étant mariés, fourni par l'étude sociologique *Marital and sexual lifestyles in the United States*, il a été présumé que la variation de cet état matrimonial entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la vente de maisons unifamiliales pour la même période. En effet, les personnes mariées profitent d'une augmentation des ressources économiques, comparativement aux autres statuts matrimoniaux, bénéficiant généralement de deux revenus. Sachant que ces gens ont généralement des enfants et que les unités d'habitations résidentielles les plus dispendieuses sont les maisons unifamiliales, il a été supposé que les gens mariés occupent massivement ce type d'habitation. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la vente de ce type d'immeuble.

### Hypothèse 7

Selon les caractéristiques des gens étant séparés, fourni par l'ouvrage *The Family Dynamic: A Canadian perspective*, il a été présumé que la variation de cet état matrimonial entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la construction d'unités de logements pour la même période. Lors d'une séparation, le conjoint ayant à quitter la résidence familiale se doit de se reloger rapidement. Pour les personnes séparées, cette situation a pour effet d'amoindrir le revenu par ménages des deux partenaires. Sachant que les unités d'habitations résidentielles les plus abordables sont les logements, il a été supposé que les gens séparés occupent généralement les unités de logements. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la construction d'unités de logements.

### Hypothèse 8

Selon les caractéristiques des gens étant divorcés, fourni par l'étude sociologique *Marital and sexual lifestyles in the United States*, il a été présumé que la variation de cet état

matrimonial entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la construction d'unités de logements pour la même période. Lors d'un divorce, tous biens matériels appartenant au couple sont séparés et redistribués conditionnels à la décision d'un juge ou à l'entente survenue entre les deux parties. Dans l'échantillon de l'étude de Linda Rouse PhD, les gens divorcés avaient un plus bas revenu par ménage que les gens mariés, ainsi que le plus haut niveau de difficultés économiques rencontrées. Sachant que les unités d'habitations résidentielles les plus abordables sont les logements, il a été supposé que les gens divorcés occupent généralement les unités de logements. L'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait donc avec l'augmentation de la construction d'unités de logements.

#### Hypothèse 9

Selon les caractéristiques des gens étant veufs, fourni par l'étude sociologique *Marital and sexual lifestyles in the United States*, il a été présumé que la variation de cet état matrimonial entre 1996 et 2006 s'apparenterait à la variation de la construction d'unités de logements pour la même période. Les gens ayant perdu un conjoint présentent généralement une particularité commune, soit d'être âgés. Étant maintenant seuls, ces gens n'ont plus envie et souvent n'ont plus les capacités d'entretenir une propriété ou même de s'occuper adéquatement d'eux-mêmes. C'est pourquoi ils optent généralement d'aller vivre dans des résidences de personnes âgées étant considérées comme des unités de logements. C'est pourquoi il est présumé que l'augmentation de leur nombre au sein de la ville de Saint-Jérôme coïnciderait avec l'augmentation de la construction d'unités de logements.

# Chapitre 6

## Méthodologie

### 6.1 Introduction

Cette étude sera réalisée entièrement à partir de données dites secondaires. Ces données proviennent toutes de parcelle d'étude antérieure menée par 4 organismes distincts sur le marché immobilier unifamilial de la région de Saint-Jérôme. Ces 4 organismes sont : l'Institut de la Statistique du Québec, Statistique Canada, Ville de Saint-Jérôme et la Chambre Immobilière du Grand Montréal. L'étude contient 2 dimensions distinctes qui sont les suivantes :

- 1- Le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex, logement) (1996-2009)
- 2- La démographie de la ville de Saint-Jérôme (1996-2006)

### 6.2 Type de recherche

Afin de connaître les aspects du marché immobilier unifamilial (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex et logement) de la région de Saint-Jérôme, l'étude sera à la croisée de l'étude de cas et de l'étude descriptive. La partie « descriptive » de la recherche constitue l'analyse singulière de chacun des aspects du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme, ainsi que des données démographiques de la ville de Saint-Jérôme. La portion « étude de cas » de la recherche constitue la comparaison entre les différentes tendances immobilières et démographiques, pour tenter de les associer.

Les tendances des ventes des différents types d'immeubles résidentiels, les variations de prix et les variations d'évaluations municipales seront décelées pour en faire l'analyse. Le

secteur (St-Jérôme, St-Antoine, Bellefeuille et Lafontaine) de la ville où les différents immeubles ont été vendus, ainsi que le nombre de jours requis pour vendre l'immeuble sont aussi comptabilisés et analysés. De plus, les différentes variations démographiques de la ville entre 1996 et 2006 seront décelées pour ensuite tenter de voir si les différentes tendances démographiques, selon les groupes d'âge et le statut matrimonial, peuvent être associées aux différentes tendances de vente de différents types d'immeubles résidentiels.

### **6.3 Méthode de collecte de données**

Pour cette étude, les données utilisées seront, en totalité, des données dites secondaires. Ces données proviendront spécifiquement de : Recensements (Statistique Canada), Rapports d'évaluation de la ville de Saint-Jérôme (Ville de Saint-Jérôme) et de la banque de données MLS (Chambre Immobilière du Grand Montréal)

### **6.4 Méthodologie analytique**

Comme mentionnées ci-haut, les données qui ont trait au marché immobilier unifamilial et de la population de la ville de Saint-Jérôme sont contenues dans la banque de données MLS et la banque de données de Statistique Canada. Donc, pour analyser le marché immobilier de la région de Saint-Jérôme, la méthode utilisée sera de répertorié tous les immeubles résidentiels (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex) qui ont été vendus par le biais d'un agent d'immeuble à Saint-Jérôme entre 1996 et 2008. Cinq caractéristiques ont été choisies pour analyser le marché résidentiel de la ville de Saint-Jérôme, soient : le nombre total de chaque type d'immeuble vendu, le nombre de jours requis pour vendre l'immeuble, le prix de vente de l'immeuble, l'évaluation municipale de l'immeuble, l'arrondissement dans lequel l'immeuble a été vendu. Pour l'aspect démographique, les caractéristiques selon l'âge et l'état matrimonial ont été choisies pour analyser la population de la ville de Saint-Jérôme. Cette recherche comprendra les deux facettes mentionnées en 2.1, pour bien définir ce marché et ainsi offrir un outil sans précédent pour les entrepreneurs/investisseurs qui y œuvrent.

## **6.5 Échantillon**

Un échantillon de 7582 immeubles est utilisé pour le bien de cette étude. Quatre différents types d'immeubles ont été répertoriés (maison unifamiliale, condo, duplex et triplex) et quatre caractéristiques de chacun de ceux-ci ont été répertoriées, soient : le nombre total de chaque type d'immeuble vendu, le nombre de jours requis pour vendre l'immeuble, le prix de vente de l'immeuble, l'évaluation municipale de l'immeuble, l'arrondissement dans lequel l'immeuble a été vendu. Pour l'aspect démographique, les caractéristiques selon l'âge et l'état matrimonial ont été choisies pour analyser la population de la ville de Saint-Jérôme. Ces données proviennent du « profil des communautés » de Statistique Canada, pour les années 1996, 2001 et 2006. Cet échantillon, en plus de toutes les autres données contenues dans les études et ouvrages qui sont cités tout au long de cette recherche, est utilisé pour analyser le marché résidentiel de la ville de Saint-Jérôme

## **6.6 Aspects du marché à l'étude**

L'objectif principal de cette étude est de présenter un maximum d'information et de les interpréter pour connaître plus en détail ce marché sous deux aspects précis :

- 1- Le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme** (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex, logement) (1996-2008)
- 2- La démographie de la ville de Saint-Jérôme** (1996-2006)

### **6.6.1 Le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme**

Cet aspect de l'étude servira à définir : le nombre moyen de jours requis pour vendre chaque type d'immeuble, le prix de vente moyen pour chaque type d'immeuble, l'évaluation municipale moyenne pour chaque type d'immeuble, le nombre total de chaque type d'immeuble vendu par arrondissement, l'évolution du nombre total de chaque type d'immeuble vendu, l'évolution de la moyenne du nombre de jours requis pour vendre chaque type d'immeuble, l'évolution de la moyenne de l'évaluation

municipale pour chaque type d'immeuble, l'évolution de la moyenne du prix de vente pour chaque type d'immeuble, l'écart entre l'évolution de la moyenne du prix de vente et de la moyenne de l'évaluation municipale pour chaque type d'immeuble et l'évolution du nombre total chaque type d'immeuble vendu, pour les 4 arrondissements. Le tout sera fait pour chaque année entre 1996 et 2008. De plus, les tendances de ventes seront déterminées et ensuite comparées aux tendances démographiques. Ainsi, avec les résultats de comparaisons, il sera possible de déterminer si une variation d'un groupe d'âge correspond avec une variation de vente d'un type d'immeuble résidentiel.

### **6.6.2 La démographie de la ville de Saint-Jérôme**

Cet aspect de l'étude servira à établir les tendances actuelles en terme de variation des différents groupes d'âge et groupes matrimoniaux. Le tout sera fait pour la période s'étendant de 1996 à 2006. Les tendances démographiques seront déterminées et ensuite comparées aux tendances de vente. Ainsi, avec les résultats de comparaisons, il sera possible de déterminer si une variation d'un groupe d'âge ou d'un état matrimonial correspond avec la variation de vente d'un certain type d'immeuble résidentiel.

# Chapitre 7

## Instruments et méthodes de la collecte des données

### 7.1 Introduction

Cette étude sera réalisée entièrement à partir de données dites secondaires. Ces données proviennent toutes; ou presque, de parcelle d'étude antérieure portant sur le marché immobilier unifamilial de la région de Saint-Jérôme, études menées par 4 organismes distincts présélectionnés, soient ; ville de Saint-Jérôme, Chambre immobilière du grand Montréal, Statistique Canada et l'institut de la statistique du Québec. Cette recherche contient deux dimensions distinctes qui sont les suivantes :

- 1- Le marché immobilier résidentiel unifamilial de la ville de Saint-Jérôme** (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex, logement) (1996-2009)
- 2- La démographie de la ville de Saint-Jérôme** (1996-2006)

C'est donc en fonction de ces trois aspects que le ou les instruments de collecte de données, ainsi que les données elles-mêmes seront sélectionnés.

### 7.2 Type d'instrument

Comme mentionné dans la littérature traitant de cet aspect d'un travail de recherche, il est possible pour un chercheur d'utiliser soit un seul instrument de collecte de données, ou bien en utiliser une combinaison de 2, 3 et 4 différents instruments. Toujours selon la littérature traitant de cet aspect d'un travail de recherche, il existe 5 principaux instruments de collecte de l'information en recherche scientifique, soit ; *l'observation documentaire, l'entrevue, le sondage, l'observation directe et l'observation participante.*

**7.2.1 L'observation documentaire** : Cet instrument de collecte d'information, est connu comme étant celui qui est le plus fréquemment utilisé par les chercheurs en science politique. Cet instrument consiste à extraire des statistiques et informations existantes, propre au sujet de recherche du chercheur, à partir de différents types de documents, tel que ; des recensements, des statiques gouvernementales (municipale, provinciale ou fédérale), des recherches scientifiques, des rapports, etc.

**7.2.2 L'entrevue** : Cet instrument de collecte d'information consiste à extraire des données primaires, à partir d'entretiens avec des personnes étant susceptibles de fournir des informations importantes, même voir primordiale, sur le compte du sujet sur lequel porte la recherche. Les personnes qui sont choisies lors de l'utilisation de cet instrument, doivent être directement impliquées au sein d'événements entourant le sujet de recherche.

**7.2.3 Le sondage** : Cet instrument de collecte d'information consiste en une importante enquête menée auprès de centaines, voire de milliers de personnes, par le biais d'un questionnaire structuré. Le but d'une telle démarche est de recueillir, de façon systématique, des informations précises sur un ou des sujets donnés.

**7.2.4 L'observation directe** : Cet instrument de collecte d'information consiste en l'observation, par le chercheur, d'un phénomène distinct au sein même du milieu où se produisent les événements portants sur le sujet de recherche. De cette façon, le chercheur peut extraire les aspects qui sont pertinents à sa recherche.

**7.2.5 L'observation participante** : Cet instrument de collecte d'information est grandement similaire à celui de l'observation directe. Par contre, ici, le chercheur ne se contente plus de seulement observer les phénomènes au sein du milieu où se produisent les événements portants sur le sujet de recherche, mais y participe lui-même. Il devient donc acteur à part entière des phénomènes qu'il observe.

Ayant déjà déterminé que cette recherche portera entièrement sur des données dites secondaires, provenant de document ayant été produit par l'un ou l'autre des 4

organismes présélectionnés, il a donc été convenu que l'instrument de collecte d'information qui sera utilisé pour cette recherche est : L'observation documentaire.

De plus, dans la section qui suit, une description des instruments de collecte d'information sera faite pour chacun des 4 organismes présélectionnés. Cela, dut au fait que chacun de ceux-ci a utilisé différents instruments de collecte de donnée pour obtenir les données qui seront utilisées pour cette recherche. Il sera ainsi possible de démontrer et de prouver la validité et la conformité de ces données.

### **7.3 Les organismes investigués**

Comme mentionnés ci-haut, 4 organismes ont été sélectionnés pour fournir les données nécessaires au déroulement de cette recherche. Ces organismes sont : Ville de Saint-Jérôme, Chambre immobilière du grand Montréal, Statistique Canada et l'institut de la statistique du Québec. Ceux-ci ont été choisis en fonction des rapports et documents qu'ils produisent, qui comportent les données les plus pertinentes concernant le marché immobilier résidentiel unifamilial de la région de Saint-Jérôme. Ces différents rapports et documents, qui sont cités dans cette recherche, comptent entre autres; les données de la banque de données MLS, les « profils des communautés » de Statistique Canada, les évaluations municipales de la ville de Saint-Jérôme.

#### **7.3.1 Ville de Saint-Jérôme**

Située dans les Laurentides entre Montréal et Tremblant, la ville de Saint-Jérôme, qui est considérée comme étant la *capitale des Laurentides*, a été fondée en 1834. En 2007, celle-ci comptait environ 65 048 habitants, dont l'âge moyen était de 42,4 ans (41,0 pour l'ensemble du Québec)<sup>83</sup>. Aujourd'hui, cette ville est le fruit des fusions forcées de 2002, qui ont réuni les 4 anciennes villes de l'agglomération, soit ; Saint-Jérôme, Lafontaine, Bellefeuille et Saint-Antoine.

---

<sup>83</sup> <http://www.ville.saint-gerome.qc.ca/>

Les informations provenant de la ville de Saint-Jérôme qui seront utilisées pour le bien de cette recherche, sont les évaluations municipales des différents types d'immeuble résidentiel répertorié pour cette étude (maison unifamiliale, condo, duplex, triplex).

### **7.3.1.1 Instrument de collecte**

Les informations qui seront utilisées pour le bien de cette recherche proviennent de l'évaluateur agréé, sous-traitant, mandaté par la ville de Saint-Jérôme. Les données provenant de des évaluateurs agréés mandatés par la ville de Saint-Jérôme, ont été recueillies avec l'instrument de collecte de données appelé *observation directe*.

Une fois la demande de permis acceptée, le propriétaire exécute les travaux autorisés. Suite à la fin de ces travaux, la ville de Saint-Jérôme envoie un évaluateur agréé, soit Gilles Auger, ou son remplaçant le cas échéant, de la firme *Leroux, Beaudry, Picard et associés*. Une fois sur les lieux, celui-ci procède à un minutieux examen des lieux pour en déterminer la valeur réelle. Pour déterminer la valeur réelle des travaux effectués par le propriétaire, l'évaluateur doit remplir un formulaire de 5 pages (format légal)<sup>84</sup>. Ces informations, ainsi que le prix réel établi par l'évaluateur sont ensuite transmis au service de l'évaluation de la ville de Saint-Jérôme. Le prix réel se retrouve ensuite sur le rôle d'évaluation de la ville de Saint-Jérôme. Ces informations sont traitées par la ville comme étant fiable et authentique, dû au fait que les évaluateurs mandatés, ainsi que tous les évaluateurs agréés du Québec, sont soumis au code de déontologie de l'*Ordre des évaluateurs agréés du Québec*.

### **7.3.1.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte**

Dans le cas de l'évaluation, l'instrument de collecte d'information appelé *observation directe* est le seul efficace et pertinent pour effectuer cette tâche. L'échantillon (nombre de répondants) pour cette collecte d'information, est constitué de tous les propriétaires ayant effectué des travaux sur le territoire de la ville de Saint-Jérôme au cours de l'année.

---

<sup>84</sup> Ville de Saint-Jérôme (évaluation) (annexe 1)

Comme mentionnée ci-haut, une fiche contenant des critères prédéterminés par l'*Ordre des évaluateurs agréés du Québec* est utilisée pour évaluer les travaux et ainsi obtenir toutes les informations désirées. Cette fiche est annexée à ce travail.

### **7.3.1.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte**

Tout choix d'instrument de collecte de données se doit de respecter les cinq critères importants, cités dans la littérature sur le sujet, pour que celui-ci puisse être considéré comme valide et efficace. Les 5 critères sont :

**La réactivité d'une mesure :** « ...la possibilité que cette mesure soit faussée par la présence de l'observateur. »<sup>85</sup>

**La fiabilité de l'instrument de mesure :** « ...la capacité de l'instrument de mesurer fidèlement un phénomène. »<sup>86</sup>

**La validité d'un instrument :** « ...indique la capacité de l'instrument à bien mesurer le phénomène à l'étude ainsi que son potentiel de généralisation. »<sup>87</sup>

**La facilité d'accès :** « ...aux données brutes et le coût de la collecte et de la mise en forme de ces données. »<sup>88</sup>

**Les aspects/obstacles éthiques :** « ...consentement et anonymat des sujets liés à l'utilisation d'un instrument de collecte. »<sup>89</sup>

---

<sup>85</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>86</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>87</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>88</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>89</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

Le choix d'instrument fait par les évaluateurs agréés pour déterminer la valeur réelle de la construction, répond positivement à chacun des cinq critères énumérés ci-haut. Ce choix d'instrument est donc considéré comme étant adéquat et justifié.

### **7.3.2 Chambre immobilière du grand Montréal**

La chambre immobilière du grand Montréal est une association à but non lucratif qui regroupe et représente la quasi-totalité des agents et courtiers immobiliers de la région du grand Montréal. Fondée en 1954, cette association, qui comprend plus de 9000 membres, a pour but de protéger et d'encadrer ses membres en défendant leurs intérêts pour que ceux-ci puissent conserver leur rôle prépondérant au sein du marché de l'immobilier.

Cette association, s'est aussi donné un rôle de barème au sein du marché, en produisant et en publiant différents rapports et statistiques sur le marché immobilier de la région du grand Montréal.

#### **7.3.2.1 Instrument de collecte**<sup>90</sup>

Les informations qui seront utilisées pour déterminer l'instrument de collecte proviennent d'une seule source distincte. Cette source est ; Chantal Perreault : adjointe au directeur de la chambre immobilière du grand Montréal.

Les données provenant de cette source ont été recueillies avec l'instrument de collecte de données appelé *l'entrevue*. Pour ce faire, chaque propriétaire voulant vendre sa propriété par le biais d'un agent immobilier doit inévitablement rencontrer l'agent en charge de cette vente et lui fournir toutes les informations requises par celui-ci. Ces informations, qui ont été déterminées par la chambre immobilière du grand Montréal, sont alors notées dans le système de la chambre immobilière, soit la banque de données MLS. Ces informations requises sont catégorisées de la façon suivante : *numéro d'inscription, vente*

---

<sup>90</sup> Chantal Perreault : adjointe au directeur de la chambre immobilière du grand Montréal.

*ou location, date effective, photo, 015 informations supplémentaires, agent(s) – courtier(s) inscripteur(s), redistribution au courtier vendeur, durée de l'inscription, endroit, prix demandé, copropriété, genre, type, année de construction, dimensions, évaluation et services, taxes, stationnement, allée, chauffe-eau, unifamiliale ou multiplex, description et dimensions des pièces, caractéristiques, remarques, première hypothèque, deuxième hypothèque et autre.*<sup>91</sup>

De plus, suite à la collecte de ces données par l'agent, celui-ci doit valider toutes les informations fournies par le propriétaire. Suite à cette validation, les agents inscrivent ces informations dans le système MLS et envoient par la suite leur contrat de courtage (avec le numéro MLS) au *service aux membres de la Chambre Immobilière du Grand Montréal*. Suite à la réception de ceux-ci, la CIGM effectue une deuxième validation de toutes les données fournies sur le contrat de courtage. Si ceux-ci trouvent une erreur, ils vont en avertir l'agent en charge et en faire la correction. C'est donc dire, que si une erreur s'est infiltrée dans un contrat de courtage, celui-ci est considéré non conforme par la CIGM et doit être corrigé avant ces informations se retrouve dans le système MLS. De plus, les agents, qui enregistrent les données dans le système MLS, sont soumis à deux règlements stricts, soit ; le code de déontologie de l'ACAIQ (Association des courtiers et agents immobiliers du Québec) et le règlement MLS<sup>92</sup>. Ces deux règlements, pour ce qui est des inscriptions dans le système MLS, régissent le comportement des agents et assurent la validité, la conformité et la véracité des informations inscrites dans le système MLS.

### **7.3.2.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte**

Dans le cas de la collecte d'information sur un immeuble donné, l'instrument de collecte d'information appelée *l'entrevue*, est le seul efficace et pertinent pour effectuer cette tâche. L'échantillon (nombre de répondants) pour cette collecte d'information, est constitué de tous les propriétaires voulant vendre leurs propriétés sur le territoire de la

---

<sup>91</sup> Chambre immobilière du grand Montréal (Feuille MLS) (annexe 2)

<sup>92</sup> Chambre immobilière du grand Montréal (Règlement MLS) (annexe 3)

région du grand Montréal au cours de l'année. Comme mentionnée ci-haut, une fiche contenant des critères prédéterminés la chambre immobilière du grand Montréal est utilisée obtenir toutes les informations désirées. Cette fiche est annexée à ce travail.

### **7.3.2.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte**

Tout choix d'instrument de collecte de données se doit de respecter les cinq critères importants, cités dans la littérature sur le sujet, pour que celui-ci puisse être considéré comme valide et efficace. Les 5 critères sont :

**La réactivité d'une mesure** : « ...la possibilité que cette mesure soit faussée par la présence de l'observateur. »<sup>93</sup>

**La fiabilité de l'instrument de mesure** : « ...la capacité de l'instrument de mesurer fidèlement un phénomène. »<sup>94</sup>

**La validité d'un instrument** : « ...indique la capacité de l'instrument à bien mesurer le phénomène à l'étude ainsi que son potentiel de généralisation. »<sup>95</sup>

**La facilité d'accès** : « ...aux données brutes et le coût de la collecte et de la mise en forme de ces données. »<sup>96</sup>

**Les aspects/obstacles éthiques** : « ...consentement et anonymat des sujets liés à l'utilisation d'un instrument de collecte. »<sup>97</sup>

---

<sup>93</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>94</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>95</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>96</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>97</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ème</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

Le choix d'instrument fait par la Chambre immobilière de la région du grand Montréal pour collecter les informations pertinentes au sujet des immeubles que ses membres ont à vendre, répond positivement à chacun des cinq critères énumérés ci-haut. Ce choix d'instrument est donc considéré comme étant adéquat et justifié.

### **7.3.3 Statistique Canada**

Cet organisme en est un gouvernemental fédéral, qui a pour mission d'aider les Canadiens à mieux comprendre le grand pays qu'est le Canada, à travers diverses statistiques portant sur; la population, les ressources, l'économie, la société et la culture. « Aux termes de la loi, Statistique Canada, organisme central de la statistique au pays, est tenue de s'acquitter de cette tâche pour l'ensemble du Canada. »<sup>98</sup> Mis à part les recensements produits par Statistique Canada, cet organisme chevauche environ 350 autres types d'investigations sur pratiquement tous les aspects de la vie au Canada.

#### **7.3.3.1 Instrument de collecte**

Les informations qui seront utilisées pour déterminer l'instrument de collecte proviennent d'une seule source distincte. Cette source est ; la section *Définitions, sources de données et méthodes*, du site de Statistique Canada.

Les données provenant de cette source ont été recueillies avec l'instrument de collecte de données appelé *le sondage*. Pour ce faire, la première étape de la façon de faire de statistique Canada est de déterminer la population cible. Dans le cas d'un recensement, la population cible consiste en l'ensemble de la population canadienne. Ensuite, des groupes de discussion sont formés pour déterminer quels renseignements sont pertinents à savoir pour les Canadiens. Ce qui en ressort, aide à déterminer les questions qui se retrouveront sur le questionnaire. C'est par contre le gouverneur en conseil qui prendra la décision finale en ce qui a trait aux questions qui se retrouveront sur le questionnaire. Une fois le questionnaire complété, celui-ci est distribué à un échantillon qui représente 20% de la

---

<sup>98</sup> [http://www.statcan.ca/francais/about/statact\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/about/statact_f.htm)

population des régions visées. Le questionnaire doit être rempli obligatoirement par les répondants visés par le recensement, en vertu du fait qu'un recensement consiste en une enquête à participation obligatoire.

Lors de l'étape de la réception des questionnaires par Statistique Canada, tout est mis en œuvre pour assurer le dépouillement de tous les questionnaires remplis par les répondants, « depuis la saisie des données des questionnaires sur support papier et l'intégration des données rassemblées électroniquement jusqu'à la constitution d'une base de données d'extraction exacte et complète. »<sup>99</sup> De plus, pour assurer la qualité, la validité et la conformité des données, « ...au cours des diverses étapes du recensement, tout est mis en œuvre pour assurer l'obtention de résultats de qualité supérieure. À l'étape de l'évaluation de la qualité des données, on détermine la qualité globale des données du recensement...des normes de qualité rigoureuses sont établies pour la collecte et le dépouillement des données et l'on s'efforce de réduire la non-réponse à l'aide, par exemple, du programme de communications...Aussi, on évalue la qualité des données afin de fournir aux utilisateurs des renseignements sur la fiabilité des données, d'améliorer la qualité des données des recensements subséquents. »<sup>100</sup>

### **7.3.3.2 Modes d'utilisation des instruments de collecte**

Dans le cas de la collecte d'information pour effectuer un recensement, l'instrument de collecte d'information appelé *le sondage*, est le seul efficace et pertinent pour effectuer cette tâche. L'échantillon (nombre de répondants) pour cette collecte d'information, est constitué de 20% (1 personne sur 5) de chaque zone visée, pour représenter adéquatement l'ensemble de la population canadienne. Comme mentionnées ci-haut, plusieurs normes sont mises en œuvre pour s'assurer de la qualité, la validité et la conformité finale des données. De plus, les sondages qui sont distribués ont l'assurance d'être remplis due au fait qu'un recensement consiste en une enquête à participation obligatoire.

---

<sup>99</sup> [http://www.statcan.ca/cgi-bin/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=3901&lang=fr&db=IMDB&dbg=f&adm=8&dis=2](http://www.statcan.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=3901&lang=fr&db=IMDB&dbg=f&adm=8&dis=2)  
(annexe 4)

<sup>100</sup> [http://www.statcan.ca/cgi-bin/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=3901&lang=fr&db=IMDB&dbg=f&adm=8&dis=2](http://www.statcan.ca/cgi-bin/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=3901&lang=fr&db=IMDB&dbg=f&adm=8&dis=2)

### **7.3.3.3 Critères d'évaluation des instruments de collecte**

Tout choix d'instrument de collecte de données se doit de respecter les cinq critères importants, cités dans la littérature sur le sujet, pour que celui-ci puisse être considéré comme valide et efficace. Les 5 critères sont :

**La réactivité d'une mesure** : « ...la possibilité que cette mesure soit faussée par la présence de l'observateur. »<sup>101</sup>

**La fiabilité de l'instrument de mesure** : « ...la capacité de l'instrument de mesurer fidèlement un phénomène. »<sup>102</sup>

**La validité d'un instrument** : « ...indique la capacité de l'instrument à bien mesurer le phénomène à l'étude ainsi que son potentiel de généralisation. »<sup>103</sup>

**La facilité d'accès** : « ...aux données brutes et le coût de la collecte et de la mise en forme de ces données. »<sup>104</sup>

**Les aspects/obstacles éthiques** : « ...consentement et anonymat des sujets liés à l'utilisation d'un instrument de collecte. »<sup>105</sup>

Le choix d'instrument fait par Statistique Canada pour collecter les informations pertinentes pour effectuer un recensement, répond positivement à chacun des cinq critères énumérés ci-haut. Ce choix d'instrument est donc considéré comme étant adéquat et justifié.

---

<sup>101</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>102</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>103</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>104</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>105</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

### 7.3.4 Institut de la statistique du Québec

L'institut de la statistique du Québec est un organisme gouvernemental provincial qui a « pour mission de fournir des informations statistiques qui soient fiables et objectives sur la situation du Québec quant à tous les aspects de la société québécoise pour lesquels de telles informations sont pertinentes. »<sup>106</sup> Cet organisme, qui a été fondé en 1998, consiste en un regroupement de 4 entités antérieures, soit : le Bureau de la statistique du Québec, l'Institut de recherche et d'information sur la rémunération, Santé Québec et les membres du personnel du ministère du Travail. Ce regroupement a été voté à l'assemblée nationale du Québec via une loi, soit : la *Loi sur l'Institut de la statistique du Québec*.

#### 7.3.4.1 Instrument de collecte

Les informations qui seront utilisées pour déterminer l'instrument de collecte proviennent d'une seule source distincte. Cette source est ; François Lessard : direction de l'évaluation foncière au sein de l'institut de la statistique du Québec.

Les données provenant de cette source ont été recueillies avec l'instrument de collecte de données appelé *l'observation documentaire*. Pour ce faire, chaque municipalité sur le territoire québécois doit fournir une copie du sommaire du rôle au ministère des municipalités et des régions. Toutes les municipalités du Québec se doivent d'obtempérer à cette consigne du ministère, en vertu de la *loi sur la fiscalité municipale*. Plus précisément, c'est l'article 12 de cette loi qui force les municipalités à agir ainsi. Ces informations sont alors enregistrées dans la banque de données du ministère. Par la suite, ces informations sont transmises à l'institut de la statistique du Québec. Une fois dans leurs mains, l'institut de la statistique du Québec pratique leurs calculs pour offrir ses données classifiées de par les différentes MRC.

---

<sup>106</sup> <http://www.stat.gouv.qc.ca/>

#### **7.3.4.2 Modalités d'utilisations des instruments de collecte**

Dans le cas de la collecte d'information sur la valeur foncière des différentes municipalités, l'instrument de collecte d'information appelée *l'observation documentaire*, est le seul efficace et pertinent pour effectuer cette tâche. L'échantillon (nombre de répondants) pour cette collecte d'information, est constitué de tous les sommaires de rôles de toutes les municipalités au cours de l'année. Comme mentionnée ci-haut, une loi responsabilise et oblige toutes les municipalités situées sur le territoire québécois à fournir les informations désirées au ministère des municipalités et des régions du Québec.

#### **7.3.4.3 Critère d'évaluation des techniques de collecte**

Tout choix d'instrument de collecte de données se doit de respecter les cinq critères importants, cités dans la littérature sur le sujet, pour que celui-ci puisse être considéré comme valide et efficace. Les 5 critères sont :

**La réactivité d'une mesure :** « ...la possibilité que cette mesure soit faussée par la présence de l'observateur. »<sup>107</sup>

**La fiabilité de l'instrument de mesure :** « ...la capacité de l'instrument de mesurer fidèlement un phénomène. »<sup>108</sup>

**La validité d'un instrument :** « ...indique la capacité de l'instrument à bien mesurer le phénomène à l'étude ainsi que son potentiel de généralisation. »<sup>109</sup>

---

<sup>107</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>108</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>109</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

**La facilité d'accès** : « ...aux données brutes et le coût de la collecte et de la mise en forme de ces données. »<sup>110</sup>

**Les aspects/obstacles éthiques** : « ...consentement et anonymat des sujets liés à l'utilisation d'un instrument de collecte. »<sup>111</sup>

Le choix d'instrument fait par l'institut de la statistique du Québec pour collecter les informations pertinentes au sujet des valeurs foncières de chaque municipalité situées sur le territoire québécois, répond positivement à chacun des cinq critères énumérés ci-haut. Ce choix d'instrument est donc considéré comme étant adéquat et justifié.

---

<sup>110</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche* : 2<sup>ième</sup> édition, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

<sup>111</sup> Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche* : 2<sup>ième</sup> édition, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.94

# Chapitre 8

## Résultats

### 8.1 Introduction

Dans cette section, l'analyse des données recueillies sur le marché immobilier et la démographie de la ville de Saint-Jérôme sera faite. Cette analyse sera réalisée en deux volets distincts, soit le volet « descriptif » et le volet « étude de cas ». Le volet descriptif constitue l'analyse de tous les aspects immobilier et démographique ayant été pris en considération dans cette étude. Pour sa part, le volet « étude de cas » constitue l'analyse de l'évolution des tendances. Pour se faire, les tendances immobilières et démographiques seront mises en parallèle pour tenter de voir si, dans certains cas, l'évolution semble se faire de façon similaire. Il sera ainsi possible de déterminer si certaines tendances immobilières et démographiques s'apparentent. C'est donc dans cette section que seront validées ou invalidées les hypothèses.

### 8.2 Analyse descriptive : Volet Immobilier

#### 8.2.1 L'évolution du marché immobilier (nombre de vente)

Entre 1996 et 2008, la ville de Saint-Jérôme a connu une hausse constante du nombre d'immeuble résidentiel vendu. Durant cette période, 7330 immeubles résidentiels ont été vendus, dont 5896 maisons unifamiliales, 667 condos, 465 duplex et 302 triplex. C'est donc dire qu'en terme du nombre de vente entre 1996 et 2008, les maisons unifamiliales représentent 80,44% du marché, les condos 9,1%, les duplex 6,34% et les triplex 2,73%. En effet, le nombre de transactions d'immeuble résidentiel est passé de 298 en 1996 à 793 en 2008, soit une augmentation de 166% en 13 ans. L'année 2007 a été l'année cumulant le plus grand nombre de ventes avec 825 transactions. L'accroissement du

nombre de vente a été plus prononcé entre 1997 et 2003, avec une augmentation de 150% en 6 ans. Entre 2003 et 2008, la croissance du nombre de vente total a augmenté moins rapidement, avec une augmentation de 8% en 5 ans.

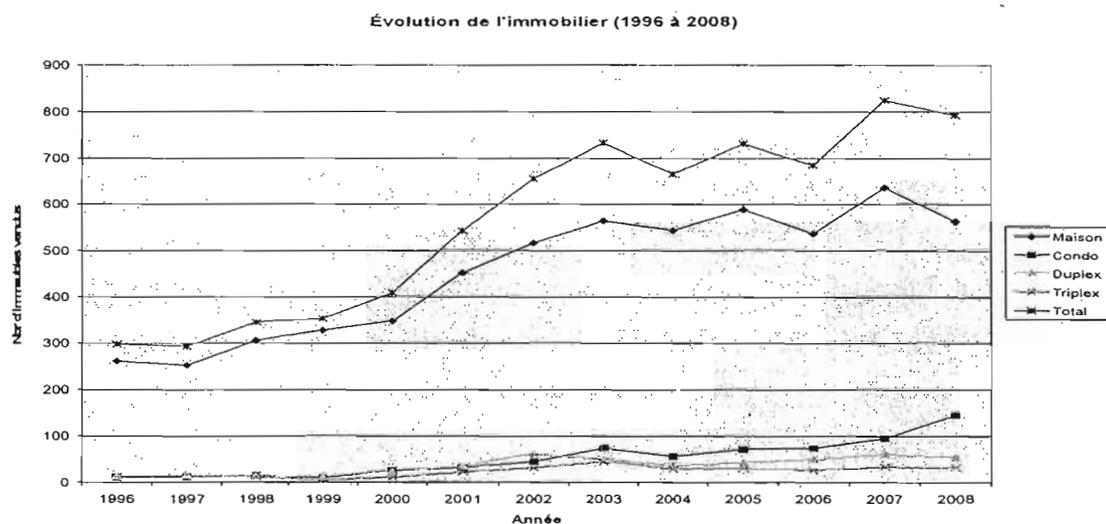
Il est possible de constater que la courbe du nombre total des ventes d'immobilier résidentiel entre 1996 et 2008 est fortement similaire à celle du nombre total des ventes de maisons unifamiliales. Le marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme repose donc fortement sur le marché des maisons unifamiliales, avec 80,44% du marché. Tout comme le marché immobilier dans son ensemble, l'accroissement du nombre de vente a été plus prononcé entre 1997 et 2003, avec une augmentation de 116% en 6 ans. Entre 2003 et 2008, la croissance du nombre de vente a augmenté moins rapidement, avec une augmentation de nul (0%) en 5 ans. Le nombre de transactions de maisons unifamiliales est passé de 261 en 1996 à 563 en 2008, soit une augmentation de 116% en 13 ans. L'année 2007 a été l'année cumulant le plus grand nombre de ventes de maisons unifamiliales avec 636 transactions.

Pour les condos, l'accroissement du nombre de vente a été fulgurant entre 1996 et 2008. Le nombre de transactions impliquant un condo est passé de 11 en 1996 à 145 en 2008, soit une augmentation de 1218,18% en 13 ans. Entre 2007 et 2008, il y a eu une augmentation soudaine de 52,63% des ventes de condos, passant de 95 à 145 unités vendues. Ce type d'immeuble résidentiel est le seul à bénéficier d'une tendance à la hausse du nombre de vente entre 2007 et 2008.

Entre 1996 et 2008, le nombre de vente de duplex est passé de 13 en 1996 à 53 en 2008, soit une augmentation de 307,69%. Les duplex ont connu un important accroissement du nombre de vente entre 1996 et 2002. Durant cette période, le nombre de transactions est passé de 13 en 1996 à 61 en 2002, soit une augmentation de 369,23% en 6 ans. Entre 2002 et 2008, il y a plutôt eu une décroissance du nombre de vente de 13,12%, passant à 35 en 2004 et aboutissant à 53 en 2008.

L'accroissement du nombre de vente de triplex a été relativement constant entre 1996 et 2008. Le nombre de transactions impliquant un triplex est passé de 13 en 1996 à 32 en 2008, soit une augmentation de 146,15% en 13 ans. Les triplex ont connu un important accroissement du nombre de vente entre 1996 et 2003. Durant cette période, le nombre de transactions est passé de 13 en 1996 à 45 en 2003, soit une augmentation de 246,15% en 7 ans. Entre 2003 et 2008, il y a plutôt eu une décroissance du nombre de vente de 28,89%, passant de 45 en 2003 à 32 en 2008.

**Figure 2**



### 8.2.2 L'évolution du nombre de jours requis pour vendre un immeuble résidentiel

Pour l'ensemble des immeubles résidentiels de la ville de Saint-Jérôme entre 1996 et 2008, le nombre moyen de jours requis pour vendre un immeuble résidentiel a diminué. Pour les maisons unifamiliales en particulier, le nombre moyen de jours requis pour vendre, est passé de 140,77 jours en 1996 à 75,76 jours en 2008, soit une diminution de 46,18%. Les maisons unifamiliales ont connu une diminution importante du nombre moyen de jours requis pour vendre entre 1996 et 2003. Durant cette période, le nombre moyen de jours requis pour vendre une maison unifamiliale est passé de 140,77 jours en 1996 à 64,4 jours en 2003, soit une diminution de 54,25% en 7 ans. Entre 2003 et 2008, il y a plutôt eu une légère croissance du nombre moyen de jours requis pour vendre une

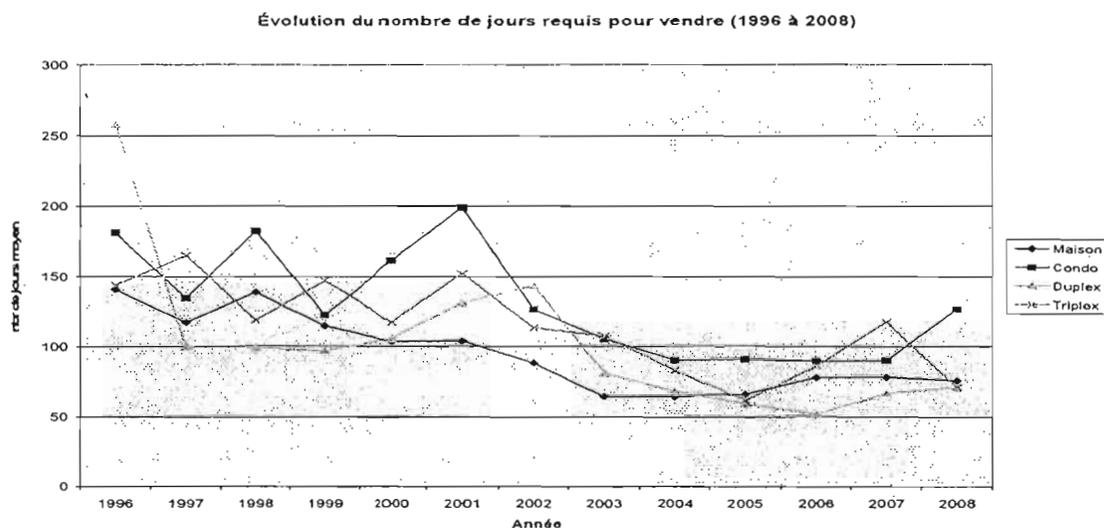
maison unifamiliale, passant de 64,4 jours en 2003 à 75,76 jours en 2008, soit une augmentation de 17,64%.

La diminution du nombre moyen de jours requis pour vendre un condo, entre 1996 et 2008, a été de 29,92%, passant de 181,09 jours en 1996 à 126,91 jours en 2008. Entre 1996 et 2001, le nombre de jours requis pour vendre un condo resté relativement stable, avec une légère augmentation de 9,76%. Toutefois, entre 2001 et 2007, le nombre de jours requis pour vendre un condo n'a cessé de diminuer, passant de 198,76 jours en 2001 à 89,88 jours en 2007, soit une diminution de 54,78%. Par contre, entre 2007 et 2008 il y a eu une augmentation significative de 41,21% du nombre de jours requis pour vendre un condo, passant de 89,88 jours à 126,92 jours.

Entre 1996 et 2008, le nombre moyen de jours requis pour vendre un duplex est passé de 257,92 jours en 1996 à 70,55 jours en 2008, soit une diminution de 72,65%. Entre 1997 et 2002, le nombre de jours requis pour vendre un duplex a augmenté, soit de 44,57%. Toutefois, entre 2002 et 2006, le nombre de jours requis pour vendre un duplex n'a cessé de diminuer, passant de 143,95 jours en 2002 à 51,18 jours en 2007, soit une diminution de 64,45%. Par contre, entre 2006 et 2008 il y a eu une augmentation de 37,83% du nombre de jours requis pour vendre un condo, passant de 51,18 jours à 70,55 jours.

Entre 1996 et 2008, le nombre moyen de jours requis pour vendre un triplex est passé de 143,77 jours en 1996 à 70,84 jours en 2008, soit une diminution de 50,73%. Il y a eu beaucoup de variation pour ce type d'immeuble durant cette période. Toutefois, il est possible de constater qu'entre 2001 et 2005, la diminution du nombre de jours requis pour vendre un triplex a été constante. Par contre, entre 2005 et 2007, le nombre de jours requis pour vendre un triplex a augmenté de façon significative, passant de 61,55 jours en 2005 à 117,32 jours en 2007, pour finalement redescendre à 70,84 jours en 2008.

**Figure 3**



### 8.2.3 L'évolution du prix de vente

Pour l'ensemble des immeubles résidentiels de la ville de Saint-Jérôme entre 1996 et 2008, le prix de vente moyen a augmenté de façon significative. Il est aussi possible de constater que pour l'ensemble des immeubles, la période où l'augmentation du prix de vente moyen a été la plus prononcée, est entre 2000 et 2005, pour ensuite se stabiliser entre 2005 et 2008. Pour les maisons unifamiliales en particulier, le prix de vente moyen, est passé de 80 390,80\$ en 1996 à 184 801,78\$ en 2008, soit une augmentation de 129,88 %. Entre 1996 et 2001, il y a eu une augmentation plutôt faible du prix de vente des maisons unifamiliales, passant de 80 390,80\$ en 1996 à 93 246,42\$ en 2001, soit une augmentation de 15,99%. À partir de 2001 jusqu'en 2005, l'augmentation du prix de vente a été beaucoup plus prononcée. En effet, durant cette période, le prix de vente moyen des maisons unifamiliales est passé de 93 246,42\$ en 2001 à 157 175,49\$ en 2005, soit une augmentation de 68,56%. Par la suite, entre 2005 et 2008, le prix de vente moyen des maisons unifamiliales a continué de grimper, mais de façon moins significative. Le prix de vente moyen était de 157 175,49\$ en 2005 et est passé à 184 801,78\$ en 2008, soit une augmentation de 17,58% sur une période de trois ans.

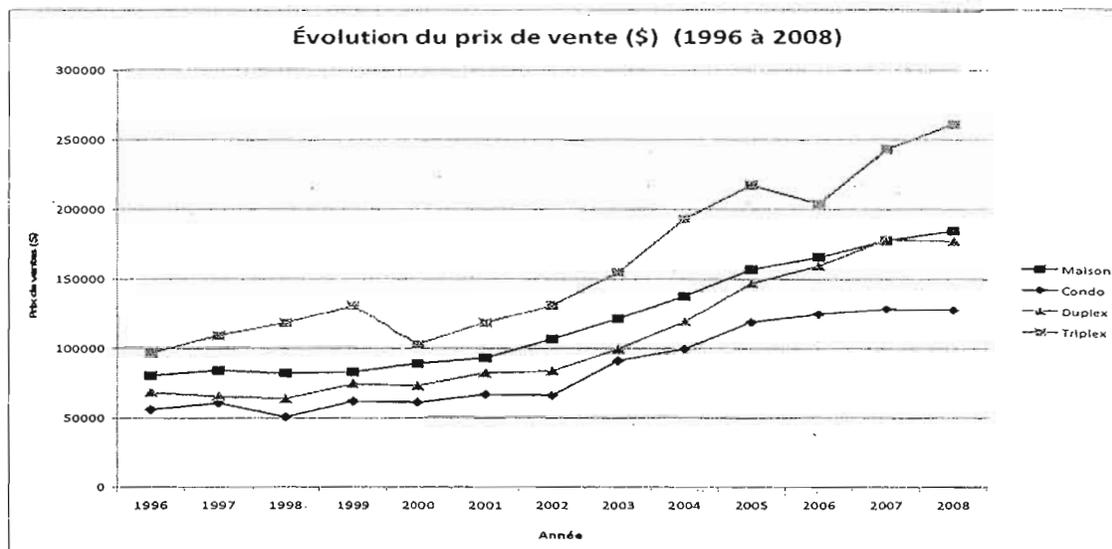
Pour les condos, l'augmentation du prix de vente moyen entre 1996 et 2008, a été de 127,34%, passant de 56 227,27\$ en 1996 à 127 826,51\$ en 2008. Entre 1996 et 2002, l'accroissement du prix de vente moyen a été faible, avec une augmentation de 17,87%. Entre 2002 et 2007, le prix de vente moyen n'a cessé de croître de manière décroissante, avec une augmentation de 94,12%. Le prix de vente moyen des condos a finalement fléchi légèrement entre 2007 et 2008, avec une diminution de 0,65%.

Il est possible de constater que les duplex suivent une tendance relativement similaire à celle des condos pour ce qui est du prix de vente moyen. L'augmentation du prix de vente moyen entre 1996 et 2008, a été de 159,1%, passant de 68 461,54\$ en 1996 à 177 383,64\$ en 2008. Tout comme les condos, entre 1996 et 2002, l'accroissement du prix de vente moyen a été relativement faible, avec une augmentation de 22,42%. Entre 2002 et 2007, le prix de vente moyen n'a cessé de croître de manière décroissante, avec une augmentation de 112,1%. Le prix de vente moyen des duplex a finalement fléchi légèrement entre 2007 et 2008, avec une diminution de 0,64%.

Les triplex sont les immeubles dont le prix de vente moyen est le plus élevé.

L'augmentation du prix de vente moyen entre 1996 et 2008, a été de 169,2%, passant de 96 961,54\$ en 1996 à 261 015,63\$ en 2008. Une telle augmentation, en fait le type d'immeuble résidentiel s'étant le plus apprécié à Saint-Jérôme entre 1996 et 2008. De 1996 à 2000 la croissance a été très faible, passant de 96 961,53\$ en 1996 à 103 045,45\$ en 2000, soit une augmentation de 6,27%. Par contre, entre 2000 et 2008, la croissance du prix de vente moyen des triplex a été constante et prononcée, mise à part l'année 2006, où le prix de vente moyen a légèrement fléchi. En effet, de 2000 à 2008, l'augmentation du prix de vente moyen a été de 153,3%, passant de 103 045,45\$ en 2000 à 261 015,63\$ en 2008.

**Figure 4**



#### 8.2.4 L'évolution de l'évaluation municipale

L'évaluation de tous les immeubles de la ville de Saint-Jérôme, se fait tous les trois ans. C'est donc dire que depuis 1996, il y a eu 5 rôles d'évaluation triennale, soit pour les périodes de 1996 à 1998, 1999 à 2001, 2002 à 2004, 2005 à 2007 et 2008 à 2010. Il est possible de constater que pour la période couvrant les trois premiers rôles triennaux, soit de 1996 à 2004, l'évaluation municipale moyenne de tous les types d'immeubles est restée relativement stable. Dans le cas des duplex, il y a même eu une légère diminution. Il est aussi possible de constater que pour la période du quatrième rôle triennal, soit de 2005 à 2007, il y a eu une augmentation notable et soutenue de l'évaluation municipale moyenne de tous les types d'immeuble. Pour ce qui est de la période du cinquième rôle triennal, soit de 2008 à 2010, il est y a eu une augmentation significative de l'évaluation de tous les types d'immeubles.

Pour les maisons unifamiliales en particulier, l'évaluation municipale moyenne est passée de 90 343,31\$ en 1996 à 155 207,12\$ en 2008, soit une augmentation de 71,8%. Pour la période de 1996 à 2004, l'évaluation municipale moyenne est passée de 90 343,31\$ en 1996 à 92 457,94\$ en 2004, soit une très légère augmentation de 2,34% sur 9 ans. Entre 2004 et 2005, la croissance a été significative, avec une augmentation de 26,03%.

L'évaluation municipale moyenne est restée relativement stable jusqu'en 2007 et a fait un autre bond significatif entre 2007 et 2008. En effet, l'évaluation municipale moyenne est passée de 124 435,90\$ en 2007 à 155 207,12\$ en 2008, soit une augmentation de 24,73%. C'est donc dire qu'entre 2004 et 2008, soit une période de 5 ans, l'évaluation municipale moyenne des maisons unifamiliales de la ville de Saint-Jérôme a fait un bond spectaculaire de 67,87%.

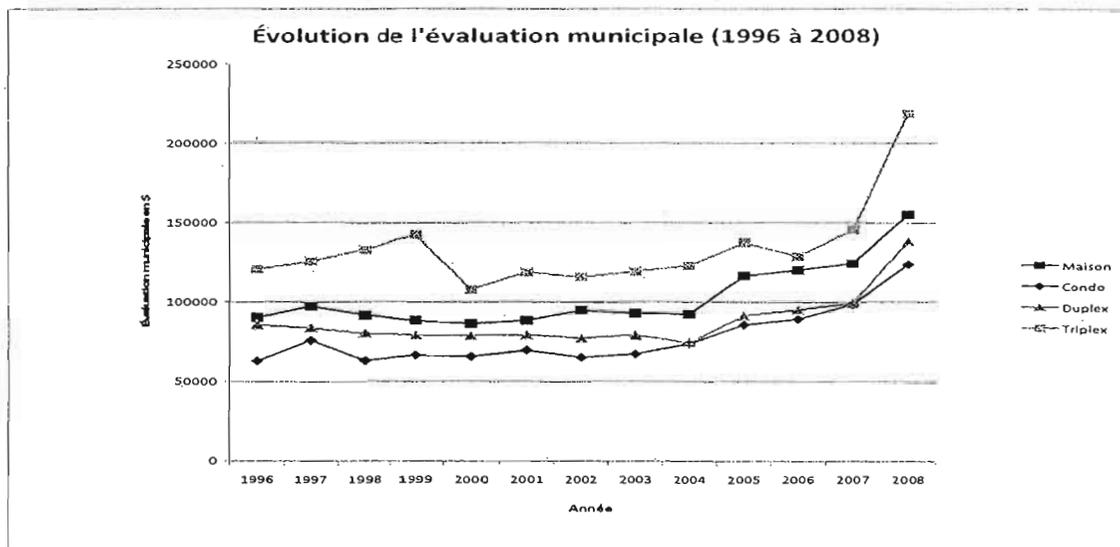
Dans le cas des condos, l'évaluation municipale moyenne est passée de 63 030\$ en 1996 à 123 877,55\$ en 2008, soit une augmentation de 106,36%. Pour la période de 1996 à 2004, l'évaluation municipale moyenne est passée de 63 030\$ en 1996 à 74 028,26\$ en 2004, soit une augmentation de 17,45% sur 9 ans. Entre 2004 et 2005, la croissance a été significative, avec une augmentation de 16,07% en un an. L'évaluation municipale moyenne est restée relativement stable jusqu'en 2007 et a fait un autre bond significatif entre 2007 et 2008. En effet, l'évaluation municipale moyenne est passée de 98 620,74\$ en 2007 à 123 877,55\$ en 2008, soit une augmentation de 25,61%. C'est donc dire qu'entre 2004 et 2008, soit une période de 5 ans, l'évaluation municipale moyenne des condos de la ville de Saint-Jérôme a fait un bond spectaculaire de 67,34%.

Entre 1996 et 2008, l'évaluation municipale moyenne des duplex est passée de 85 857,69\$ en 1996 à 138 638,46\$ en 2008, soit une augmentation de 61,47%. Pour la période de 1996 à 2004, l'évaluation municipale moyenne est passée de 85 857,69\$ en 1996 à 74 654,29\$ en 2004, soit une légère diminution de 13,05% sur 9 ans. Entre 2004 et 2005, la croissance a été significative, avec une augmentation de 22,67%. L'évaluation municipale moyenne est restée relativement stable jusqu'en 2007 et a fait un autre bond significatif entre 2007 et 2008. En effet, l'évaluation municipale moyenne est passée de 99 459,65\$ en 2007 à 138 638,46 en 2008, soit une augmentation de 39,39%. C'est donc dire qu'entre 2004 et 2008, soit une période de 5 ans, l'évaluation municipale moyenne des duplex de la ville de Saint-Jérôme a fait un bond spectaculaire de 85,71%.

Pour ce qui est des triplex, l'évaluation municipale moyenne est passée de 120 815,38\$ en 1996 à 218 661,29\$ en 2008, soit une augmentation de 80,99%. Pour la période de

1996 à 2004, l'évaluation municipale moyenne est passée de 120 815,38\$ en 1996 à 123 127,77\$ en 2004, soit une très légère augmentation de 1,91% sur 9 ans. Entre 2004 et 2005, la croissance a été relativement significative, avec une augmentation de 11,76%. L'évaluation municipale moyenne est restée relativement stable jusqu'en 2007 et a fait un autre bond significatif entre 2007 et 2008. En effet, l'évaluation municipale moyenne est passée de 145 430\$ en 2007 à 218 661,29\$ en 2008, soit une augmentation de 50,36%. C'est donc dire qu'entre 2004 et 2008, soit une période de 5 ans, l'évaluation municipale moyenne des triplex de la ville de Saint-Jérôme a fait un bond spectaculaire de 77,59%.

**Figure 5**

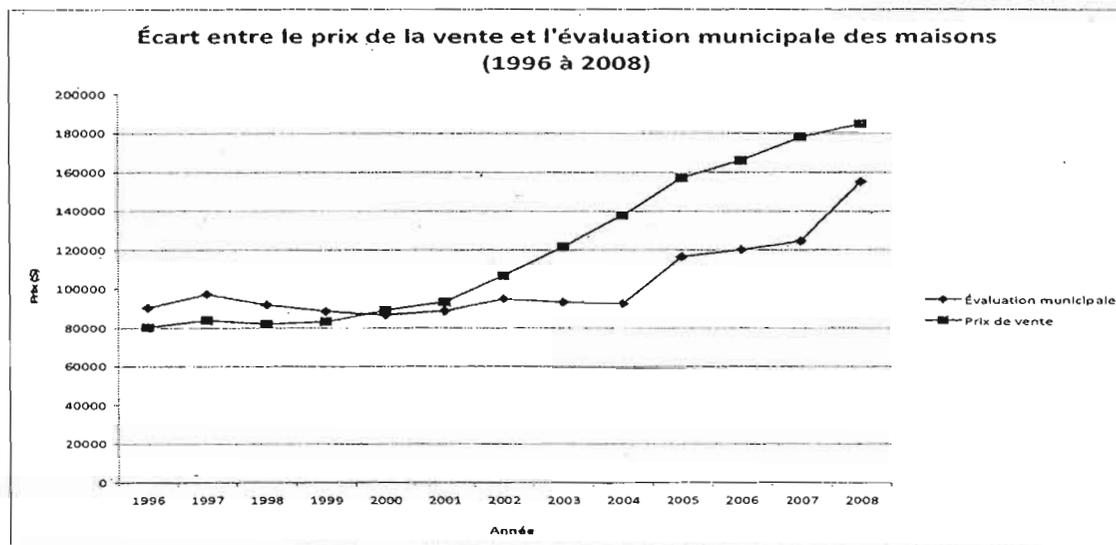


### 8.2.5 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des maisons unifamiliales

Il est possible de constater qu'entre 1996 et 1999, l'évaluation municipale moyenne était supérieure au prix de vente moyen des maisons unifamiliales. Suite à l'année 2000, où l'évaluation municipale moyenne et le prix de vente moyen étaient pratiquement au même niveau, le prix de vente a surpassé l'évaluation municipale. C'est donc dire que la valeur réelle des maisons unifamiliales, depuis 2001, est supérieure à l'évaluation qu'en fait la ville de Saint-Jérôme. Les années où l'écart entre le prix de vente moyen et l'évaluation municipale moyenne a été le plus grand sont les années 2004 et 2007, soit les deux dernières années des deux derniers rôles triennaux. En 2004, l'écart était de 49,02%

et en 2007 l'écart était de 43,05%. Pour l'année 2008, l'écart est passé à 19,07%. C'est donc dire qu'en 2008, l'évaluation municipale représente un peu plus fidèlement la valeur réelle des maisons unifamiliales de la ville de Saint-Jérôme, qui a augmenté de façon significative au cours des dernières années.

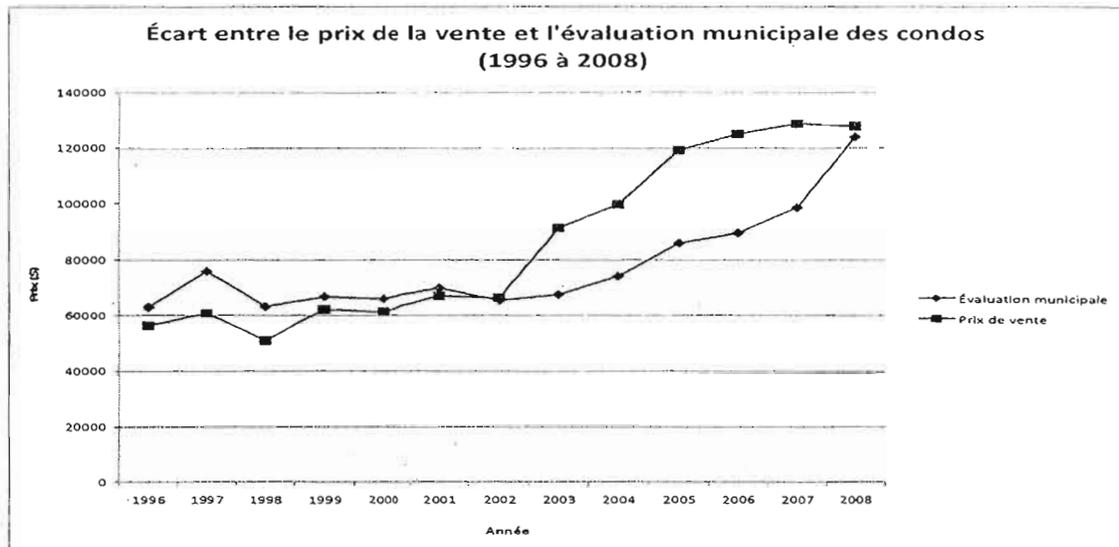
**Figure 6**



### 8.2.6 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des condos

Il est possible de constater qu'entre 1996 et 2001, l'évaluation municipale moyenne était supérieure au prix de vente moyen des condos. Suite à l'année 2002, où l'évaluation municipale moyenne et le prix de vente moyen étaient pratiquement au même niveau, le prix de vente a surpassé l'évaluation municipale. C'est donc dire que la valeur réelle des condos, depuis 2003, est supérieure à l'évaluation qu'en fait la ville de Saint-Jérôme. Les années où l'écart entre le prix de vente moyen et l'évaluation municipale moyenne a été le plus grand sont les années 2005 et 2006. En 2005, l'écart était de 38,61% et en 2007 l'écart était de 39,57%. Pour l'année 2008, l'écart est passé à 3,19%. C'est donc dire qu'en 2008, l'évaluation municipale représente fidèlement la valeur réelle des condos de la ville de Saint-Jérôme.

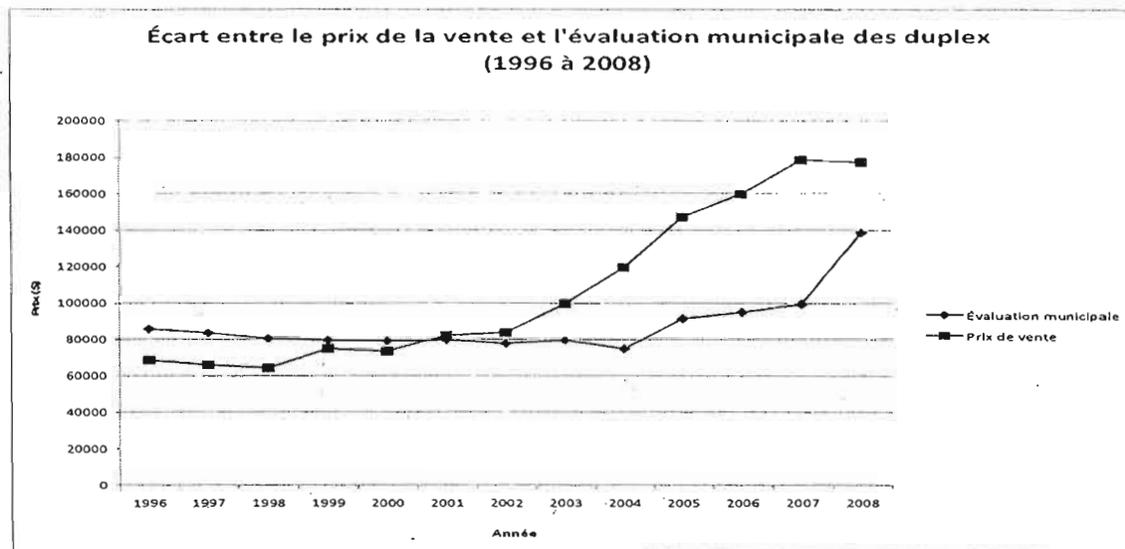
**Figure 7**



### 8.2.7 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des duplex

Il est possible de constater qu'entre 1996 et 2000, l'évaluation municipale moyenne était supérieure au prix de vente moyen des duplex. Suite à l'année 2001, où l'évaluation municipale moyenne et le prix de vente moyen étaient pratiquement au même niveau, le prix de vente a surpassé l'évaluation municipale. C'est donc dire que la valeur réelle des duplex, depuis 2002, est supérieure à l'évaluation qu'en fait la ville de Saint-Jérôme. Les années où l'écart entre le prix de vente moyen et l'évaluation municipale moyenne a été le plus grand sont les années 2006 et 2007. En 2006, l'écart était de 67,91% et en 2007 l'écart était de 79,49%. Pour l'année 2008, l'écart est passé à 27,95%. C'est donc dire qu'en 2008, l'évaluation municipale représente plus fidèlement la valeur réelle des duplex de la ville de Saint-Jérôme.

**Figure 8**



### 8.2.8 Écart entre le prix de la vente et l'évaluation municipale des triplex

Il est possible de constater qu'entre 1996 et 2000, l'évaluation municipale moyenne était supérieure au prix de vente moyen des duplex. Suite à l'année 2001, où l'évaluation municipale moyenne et le prix de vente moyen étaient pratiquement au même niveau, le prix de vente a surpassé l'évaluation municipale. C'est donc dire que la valeur réelle des triplex, depuis 2002, est supérieure à l'évaluation qu'en fait la ville de Saint-Jérôme. Entre l'année 2004 et 2007, l'écart s'est maintenu à plus de 56,85% (2004), s'élevant même à 67,05% en 2007, pour finalement passer à 19,37% en 2008. C'est donc dire qu'en 2008, l'évaluation municipale représente plus fidèlement la valeur réelle des triplex de la ville de Saint-Jérôme.

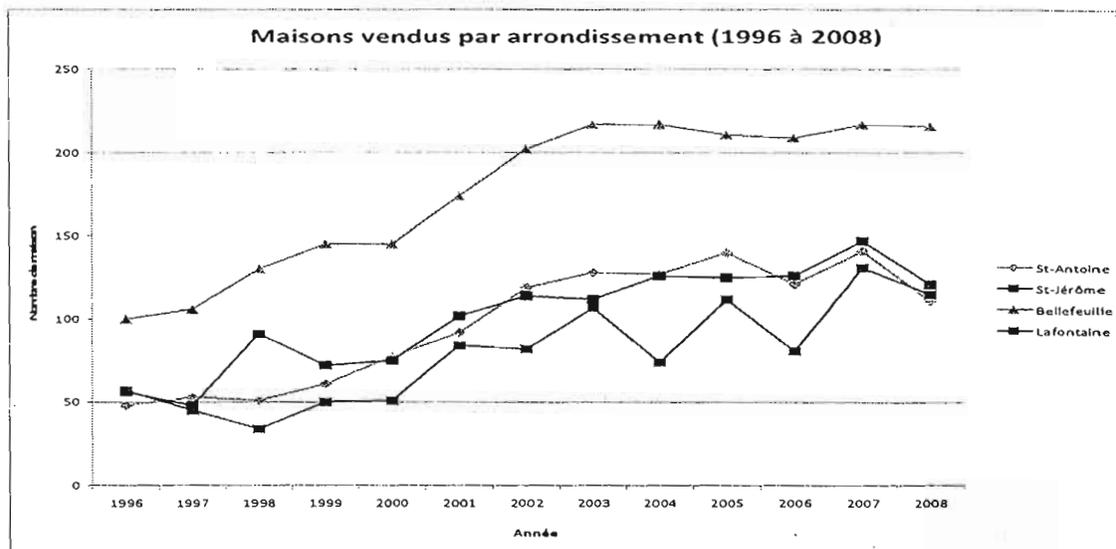
**Figure 9**



### 8.2.9 L'évolution du nombre de maisons unifamiliales vendues dans chaque arrondissement

L'arrondissement dans lequel il se vend le plus de maisons unifamiliales, de 1996 à 2008, est l'arrondissement de Bellefeuille. En effet, seulement au courant l'année 2008, il s'est vendu 78,51% plus de maisons unifamiliales à Bellefeuille que dans n'importe quel autre arrondissement. Entre 1996 et 2008, l'arrondissement de Bellefeuille a connu une hausse de 116% du nombre de ventes de maisons unifamiliales. Toujours pour la période de 1996 à 2008, les trois autres arrondissements, soient Saint-Jérôme, Saint-Antoine et Lafontaine, ont connues des ventes annuelles de maisons très similaires. L'augmentation du nombre de vente de maisons unifamiliales, entre 1996 et 2008, est de 116,07% pour l'arrondissement de Saint-Jérôme, de 131,25% pour l'arrondissement de Saint-Antoine et de 101,75% pour l'arrondissement de Lafontaine. Il est toutefois possible de constater que c'est dans l'arrondissement de Lafontaine qu'il s'est vendu le moins de maisons annuellement de 1996 à 2008.

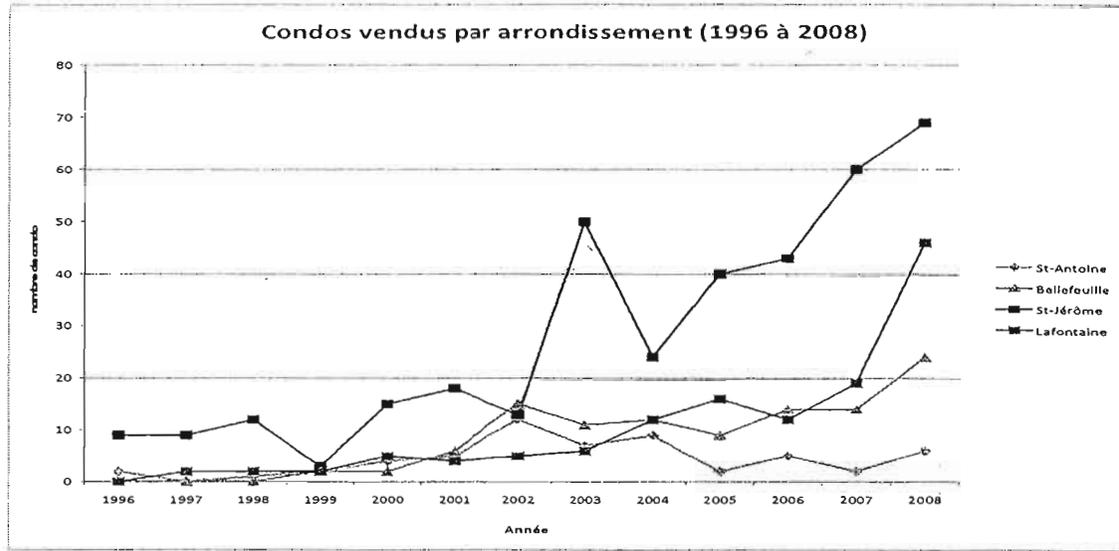
**Figure 10**



### 8.2.10 L'évolution du nombre de condos vendus dans chaque arrondissement

Pour la période de 1996 à 2002, il s'est vendu moins de 20 condos dans chacun des 4 arrondissements. À partir de 2003, le nombre de condos vendus dans l'arrondissement de Saint-Jérôme a augmenté de façon significative. De 2003 à 2008, c'est dans cet arrondissement qu'il s'est vendu le plus de condos annuellement et c'est dans l'arrondissement de Saint-Antoine qu'il s'en est vendu le moins. Depuis 1996, les arrondissements de Lafontaine et Bellefeuille ont maintenus un niveau de vente annuelle similaire. Par contre, en 2008, le nombre de condos vendus à Lafontaine a fait un bon spectaculaire et a surpassé de 91,67% le nombre de vente de condo provenant de l'arrondissement de Bellefeuille. Entre 1996 et 2008, l'arrondissement de Saint-Jérôme a connu une hausse de 666,67% du nombre de ventes de condo. Dans cet arrondissement, il s'est vendu 9 condos en 1996 et 69 en 2008. Dans l'arrondissement de Saint-Antoine, il s'est vendu 2 condos en 1996 et 6 condos en 2008. Toujours pour la période de 1996 à 2008, pour l'arrondissement de Bellefeuille, il ne s'est vendu aucun condo au cours des années 1996 à 1998 et il s'en est vendu 24 en 2008. Pour l'arrondissement de Lafontaine, il ne s'est vendu aucun condo en 1996 et moins de 6 condos annuellement entre 1996 et 2003. Il s'en est vendu 46 condos en 2008.

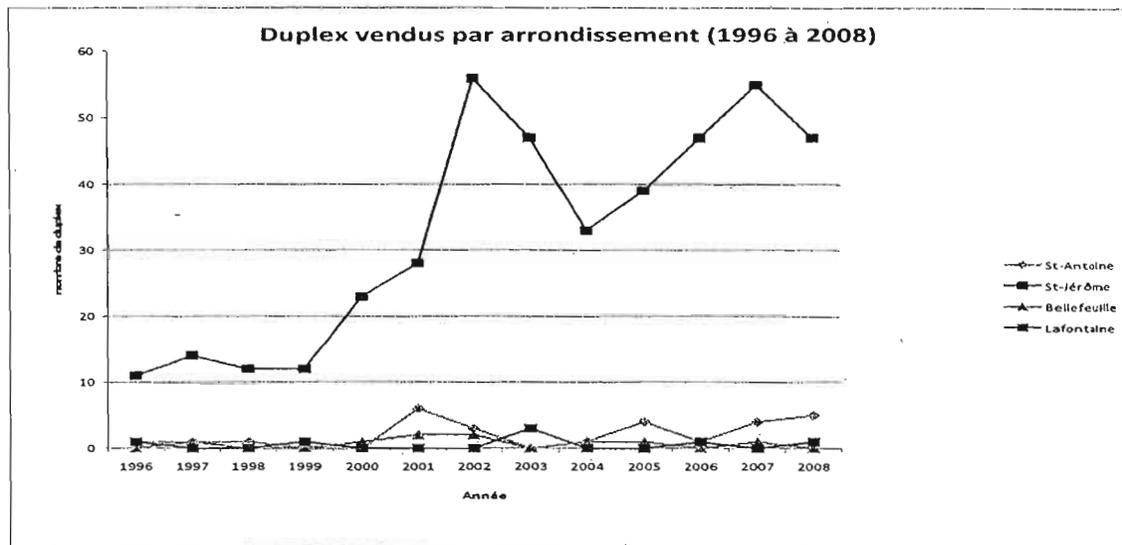
**Figure 11**



### 8.2.11 L'évolution du nombre de duplex vendus dans chaque arrondissement

Dans le cas de la vente de duplex, l'arrondissement de Saint-Jérôme est sans équivoque l'arrondissement où il se vend le plus duplex annuellement. Le nombre de vente est passé de 11 en 1996 à 47 en 2008, soit une augmentation de 327,27%. Pour ce qui est des trois autres arrondissements, soient Bellefeuille, Saint-Antoine et Lafontaine, il s'est vendu moins de 6 duplex annuellement entre 1996 et 2008.

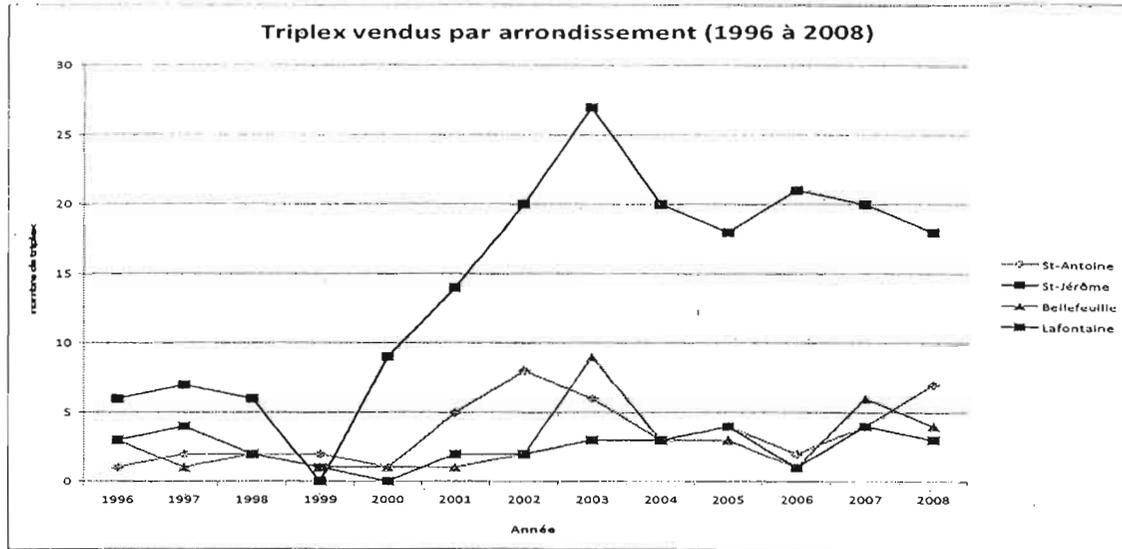
**Figure 12**



### 8.2.12 L'évolution du nombre de triplex vendus dans chaque arrondissement

Tout comme pour les condos et les duplex, l'arrondissement de Saint-Jérôme est l'arrondissement où il se vend le plus de triplex annuellement. Le nombre de vente est passé de 6 en 1996 à 18 en 2008, soit une augmentation de 200%. Pour ce qui est des trois autres arrondissements, soient Bellefeuille, Saint-Antoine et Lafontaine, il s'est vendu moins de 9 duplex annuellement entre 1996 et 2008.

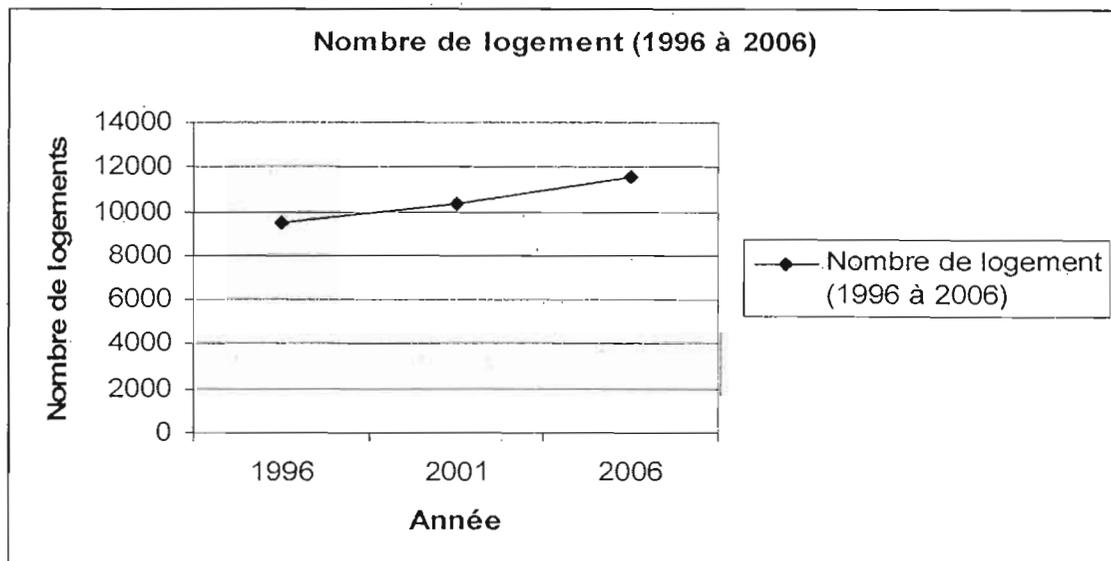
**Figure 13**



### 8.2.13 L'évolution du nombre d'appartements

Le nombre d'appartements est passé de 9505 en 1996 à 11 590 en 2008, soit une augmentation de 21,94% en 13 ans.

**Figure 14**

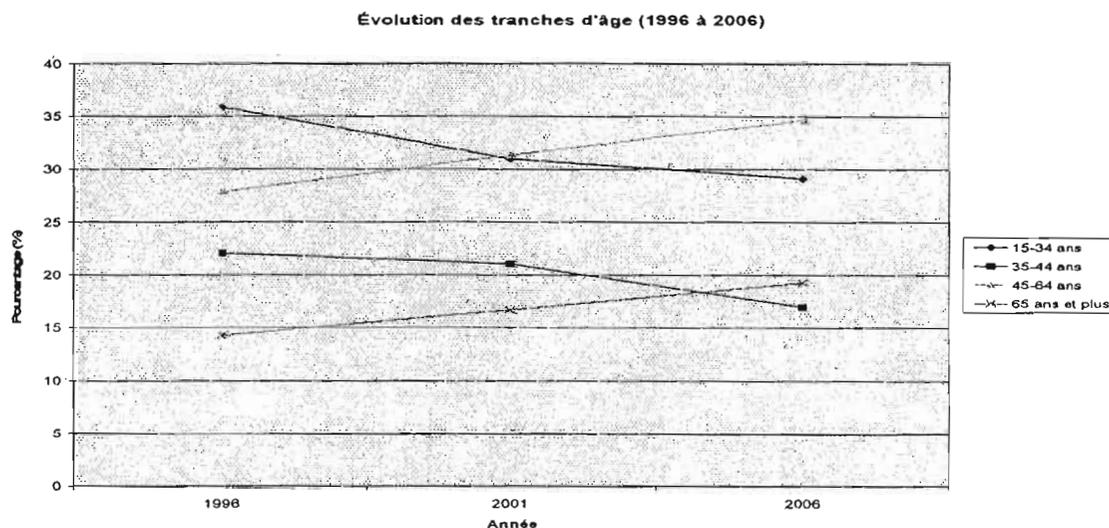


## 8.3 Analyse descriptive : Volet Démographique

### 8.3.1 L'évolution des tranches d'âge

Entre 1996 et 2008, les tranches d'âges 45-64 et 65 ans et plus, ont connues une progression constante de leur proportion au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme. En effet, la tranche d'âge 45-64 ans est passée d'une proportion de 27,83% en 1996 à 34,64% en 2008, soit une augmentation de 24,73% du nombre de personnes. Pour ce qui est de la tranche d'âge 65 ans et plus, la proportion était de 14,26% en 1996 et de 19,29% en 2008, soit une augmentation de 35,34% du nombre de personnes. Pour la même période, les tranches d'âge 15-34 ans et 35-44 ans ont connues une baisse constante. La tranche d'âge 15-34 ans représentait 35,86% de la population en 1996 et 29,11% en 2008. Cette tranche d'âge a connu une baisse de 18,83% du nombre de personnes. Pour la tranche d'âge 35-44 ans, elle représentait 22,04% de la population en 1996 et 16,96% en 2008, soit une diminution de 23,04% du nombre de personnes. En 1996, la tranche d'âge la plus importante au sein de la ville de Saint-Jérôme était la tranche d'âge 15-34 ans, suivi des 45-64 ans, des 35-44 ans et des 65 ans et plus respectivement. En 2008, la tranche d'âge la plus importante au sein de la ville de Saint-Jérôme était la tranche d'âge 45-64 ans, suivi des 15-34 ans, des 65 ans et plus et des 35-44 ans respectivement.

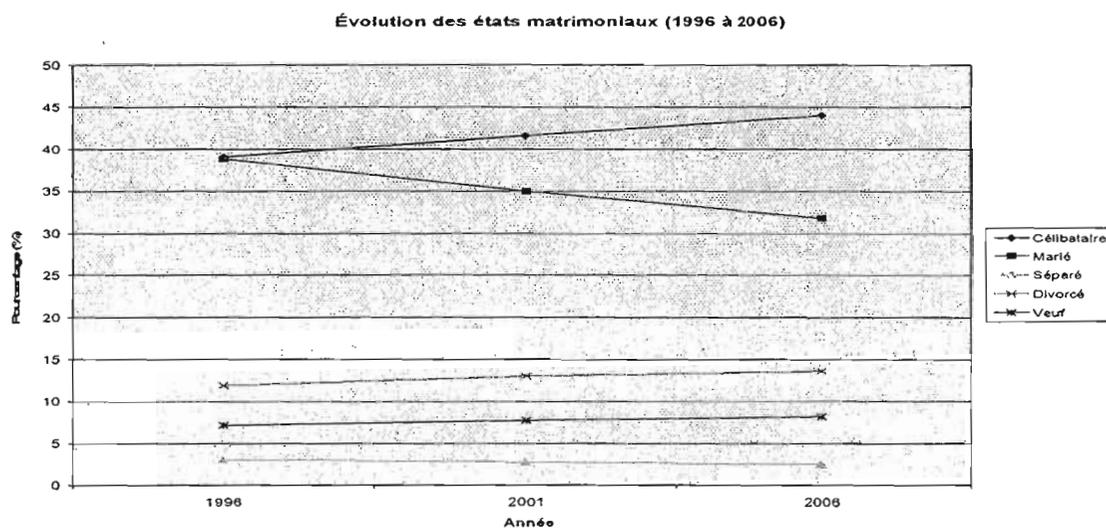
**Figure 15**



### 8.3.2 L'évolution des états matrimoniaux

Entre 1996 et 2008, les états matrimoniaux célibataire, divorcé et veuf, ont connus une progression constante de leur proportion au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme. En effet, les célibataires sont passés d'une proportion de 39,07% en 1996 à 43,98% en 2008, soit une augmentation de 33,58% du nombre de personnes. Pour ce qui est des divorcés, la proportion était de 11,91% en 1996 et de 13,62% en 2008, soit une augmentation de 35,71% du nombre de personnes. Les veufs ont eu aussi connu une augmentation du nombre de personnes de 35,76% entre 1996 et 2008. En 1996 leur proportion était de 7,12% en 1996 et de 8,14% en 2008. Pour la même période, les personnes mariées et séparées ont connues une baisse constante de leur proportion. Les personnes mariées représentaient 38,86% de la population en 1996 et 31,80% en 2008, soit une baisse de 2,89% du nombre de personnes. Pour les personnes séparées, elle représentait 3,05% de la population en 1996 et 2,46% en 2008, soit une diminution de 4,33% du nombre de personnes. En 1996, les états matrimoniaux les plus importants au sein de la ville de Saint-Jérôme étaient les personnes célibataires et les personnes mariées, suivi des personnes divorcées, veuves et séparées respectivement. En 2008, l'état matrimonial le plus important au sein de la ville de Saint-Jérôme était les personnes célibataires, suivi des personnes mariées, divorcées, veuves et séparées respectivement.

**Figure 16**



## Chapitre 9

### Discussion

#### 9.1 Introduction

Pour valider ou invalider les hypothèses qui ont été émises, une comparaison de tendances a été effectuée. Les tendances, immobilières et démographiques, ont été comparées pour déterminer si ceux-ci concordent. Les tendances qui sont comparées, sont calculées en terme de proportion. Chaque aspect démographique cité dans chacune des hypothèses, a été calculé en terme de sa proportion au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme. Chaque aspect immobilier cité dans chacune des hypothèses, a aussi été calculé en terme de sa proportion au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Pour concorder, les deux tendances qui sont comparées dans chaque hypothèse doivent augmenter au même rythme. Dans le cas où une tendance immobilière et une tendance démographique concordent, il serait alors fondé de s'interroger sur le lien de cause à effet. Il serait en effet très intéressant de savoir si un aspect démographique particulier affecte réellement et significativement la construction d'appartement et les ventes des immeubles résidentiels. Il serait ainsi plus facile de faire des prédictions à long terme sur les ventes futures d'immeubles résidentiels et de la construction d'appartement. Les entrepreneurs pourraient utiliser ces données, tout en les comparant aux tendances démographiques prédites par l'Institut de la Statistique du Québec, pour prévoir vers quoi la demande se dirige. Ils pourraient ainsi mieux se préparer aux variations futures du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Ces hypothèses consistent donc en une piste de recherche future pour ainsi pousser plus loin l'étude de ces événements.

## **9.2 Validation et invalidation des hypothèses émises**

H1- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 15-34 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de duplex et de triplex : Invalidée

H2- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 35-44 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement : Invalidée

H3- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 45-64 ans, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de maisons unifamiliales : Invalidée

H4- La tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 65 et plus, entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de condos : Validée

H5- La tendance de la proportion démographique des personnes célibataire entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la construction d'unité de logement : Invalidée

H6- La tendance de la proportion démographique de personnes mariées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché de la vente de maisons unifamiliales : Validée

H7- La tendance de la proportion démographique de personnes séparées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement : Invalidée

H8- La tendance de la proportion démographique de personnes divorcées entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement : Validée

H9- La tendance de la proportion démographique de personnes veuves entre 1996 et 2006, s'apparente à la tendance de la proportion dans le marché du nombre d'unité de logement : Validée

### **Hypothèse 1**

Dans le cas de l'hypothèse numéro un (H1), la tendance démographique était comparée à deux tendances immobilières. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques de la tranche d'âge 15-34 ans. Selon ces caractéristiques, les gens de

cette tranche d'âge seraient propices à être intéressés à acheter des multiplex (duplex ou triplex). Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre de vente de duplex et de triplex imite l'évolution de la proportion démographique de la tranche d'âge 15-34 ans. Dans les faits, la tendance démographique de la tranche d'âge 15-34 ans ne s'apparente à aucune des deux tendances immobilières. Depuis 1996, la proportion de la tranche d'âge 15-34 ans au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé de diminuer, passant de 35,85% en 1996 à 29,11% en 2006. Pour leurs parts, les tendances de la proportion du nombre de duplex et de triplex vendus au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme n'ont cessé d'augmenter. Il est donc possible d'affirmer que les tendances ne concordent pas. Dans l'éventualité où les tendances auraient concordé et que la proportion du nombre de duplex et de triplex vendus était aussi à la baisse, les entrepreneurs auraient pu pressentir une diminution éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

## Hypothèse 2

L'hypothèse numéro deux (H2), compare la tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 35-44 ans et la tendance de la proportion du nombre de d'appartement au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques de la tranche d'âge 35-44 ans. Selon ces caractéristiques, les gens de cette tranche d'âge seraient propices à habiter un appartement. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion de la tranche d'âge 35-44 ans au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique de la tranche d'âge 35-44 ans ne s'apparente pas à la tendance immobilière de la construction d'appartement. Depuis 1996, la proportion de la tranche d'âge 35-44 ans au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé de diminuer, passant de 22,04% en 1996 à 16,96% en 2006. Pour sa part, la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé d'augmenter. Il est

done possible d'affirmer que les tendances ne concordent pas. Dans l'éventualité où les tendances auraient concordées et que la proportion du nombre d'appartements était aussi à la baisse, les entrepreneurs auraient pu pressentir une diminution éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

### Hypothèse 3

L'hypothèse numéro trois (H3), compare la tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 35-64 ans et la tendance de la proportion du nombre de maisons unifamiliales vendues. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques de la tranche d'âge 45-64 ans. Selon ces caractéristiques, les gens de cette tranche d'âge seraient propices à vouloir s'acheter une maison. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre de maisons vendues au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion de la tranche d'âge 45-64 ans au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique de la tranche d'âge 45-64 ans ne s'apparente pas à la tendance immobilière de la vente de maison unifamiliale. Depuis 1996, la proportion de la tranche d'âge 45-64 ans au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé d'augmenter, passant de 27,83% en 1996 à 34,64% en 2006. Pour sa part, la proportion du nombre de maisons unifamiliales vendu au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé de diminuer. Il est donc possible d'affirmer que les tendances ne concordent pas. Dans l'éventualité où les tendances auraient concordé et que la proportion du nombre de maisons unifamiliales vendues était aussi à la hausse, les entrepreneurs auraient pu pressentir une augmentation éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

### Hypothèse 4

Pour ce qui est de l'hypothèse numéro quatre (H4), compare la tendance de la proportion démographique de la tranche d'âge 65 ans et plus et la tendance de la proportion du nombre de condos vendus au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme.

Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques de la tranche d'âge 65 ans. Selon ces caractéristiques, les gens de cette tranche d'âge seraient propices à vouloir acheter un condo. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution de condo vendu au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion de la tranche d'âge 65 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique de la tranche d'âge 65 ans et plus, s'apparente à la tendance immobilière de la vente de condo. Depuis 1996, la proportion de la tranche d'âge 65 ans et plus n'a cessé de d'augmenter, passant de 14,26% en 1996 à 19,29% en 2006, soit une hausse de 5,03%. Pour sa part, la proportion du nombre de condos vendus au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé d'augmenter elle aussi, passant de 3,69% en 1996 à 10,8% en 2008, soit une hausse de 7,11%. Il est donc possible d'affirmer que les tendances concordent. Les entrepreneurs peuvent donc pressentir une augmentation éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

#### Hypothèse 5

L'hypothèse numéro cinq (H5), compare la tendance de la proportion démographique des gens célibataires et la tendance de la proportion du nombre de d'appartement au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques des gens célibataires. Selon ces caractéristiques, les gens de cet état matrimonial seraient propices à habiter un appartement. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion des gens célibataires au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique des gens célibataires ne s'apparente pas à la tendance immobilière de la construction d'appartement. Depuis 1996, la proportion des gens célibataires au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme a augmenté, passant de 39,07% en 1996 à 43,98% en 2006, soit une hausse de 3,91%. Pour sa part, la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme a elle aussi augmenté, mais de manière moins

significative, avec une hausse de 1,18%. Ayant un écart considérable entre les deux tendances, il est possible d'affirmer que les tendances ne concordent pas. Dans l'éventualité où les tendances auraient concordé et que la proportion du nombre d'appartements augmentait au même rythme que la proportion démographique, les entrepreneurs auraient pu pressentir une augmentation éventuelle de ce type d'immeuble au sein du marché.

#### Hypothèse 6

L'hypothèse numéro six (H6), compare la tendance de la proportion démographique des gens mariés et la tendance de la proportion du nombre de maisons unifamiliales vendues. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques des gens mariés. Selon ces caractéristiques, les gens de cet état matrimonial seraient propices à vouloir s'acheter une maison. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre de maisons vendues au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion des gens mariés au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique des gens mariés, s'apparente à la tendance immobilière de la vente de maison unifamiliale. Depuis 1996, la proportion de cet état matrimonial n'a cessé de diminuer, passant de 38,86% en 1996 à 31,8% en 2006, soit une diminution de 7,06%. Pour sa part, la proportion du nombre de maisons vendues au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme n'a cessé de diminuer elle aussi, passant de 87,58% en 1996 à 78,39% en 2008, soit une diminution de 9,19%. Il est donc possible d'affirmer que les tendances concordent. Les entrepreneurs peuvent donc pressentir une diminution éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

#### Hypothèse 7

L'hypothèse numéro sept (H7), compare la tendance de la proportion démographique des gens séparés et la tendance de la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette hypothèse a été émise en fonction des

caractéristiques des gens séparés. Selon ces caractéristiques, les gens de cet état matrimonial seraient propices à habiter un appartement. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion des gens séparés au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique des gens cet état matrimonial ne s'apparente pas à la tendance immobilière de la construction d'appartement. Depuis 1996, la proportion des gens séparés au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme a diminué, passant de 3,05% en 1996 à 2,46% en 2006, soit une diminution de 0,59%. Pour sa part, la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme a augmenté. Il est donc possible d'affirmer que les tendances ne concordent pas. Dans l'éventualité où les tendances auraient concordé, les entrepreneurs auraient pu pressentir une diminution éventuelle de ce type d'immeuble au sein du marché.

#### Hypothèse 8

L'hypothèse numéro huit (H8), compare la tendance de la proportion démographique des gens divorcés et la tendance de la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques des gens divorcés. Selon ces caractéristiques, les gens de cet état matrimonial seraient propices à habiter un appartement. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion des gens divorcés au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique des gens divorcés s'apparente à la tendance immobilière de la construction d'appartement. Depuis 1996, la proportion des gens divorcés au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme a augmenté, passant de 11,9% en 1996 à 13,62% en 2006, soit une hausse de 1,72%. Pour sa part, la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme a elle aussi augmenté au même rythme, avec une hausse de 1,18%. Il est

donc possible d'affirmer que les tendances concordent. Les entrepreneurs peuvent donc pressentir une augmentation éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

#### Hypothèse 9

L'hypothèse numéro neuf (H9), compare la tendance de la proportion démographique des gens veufs et la tendance de la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme. Cette hypothèse a été émise en fonction des caractéristiques des gens veufs. Selon ces caractéristiques, les gens de cet état matrimonial seraient propices à habiter un appartement. Dans ce cas particulier, les appartements visés sont situés dans les résidences de personnes âgées. Dans le cas où les deux tendances augmenteraient au même rythme, il pourrait alors être possible que l'évolution du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme imite l'évolution de la proportion des gens veufs au sein de la population de 15 ans et plus. Dans les faits, la tendance démographique des gens veufs s'apparente à la tendance immobilière de la construction d'appartement. Depuis 1996, la proportion des gens veufs au sein de la population de 15 ans et plus de la ville de Saint-Jérôme a augmenté, passant de 7,12% en 1996 à 8,14% en 2006, soit une hausse de 1,02%. Pour sa part, la proportion du nombre d'appartements au sein du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme a elle aussi augmenté au même rythme, avec une hausse de 1,18%. Il est donc possible d'affirmer que les tendances concordent. Les entrepreneurs peuvent donc pressentir une augmentation éventuelle en importance de ce type d'immeuble au sein du marché.

## Chapitre 10

### Conclusion

#### 10.1 Introduction

Cette étude offre un portrait sans précédent du marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme. Pour se faire, tous les immeubles résidentiels qui ont été vendus par l'entremise d'un agent d'immeuble entre 1996 et 2008 ont été répertoriés. De plus, de ces immeubles vendus, quatre aspects ont été sélectionnés pour analyser le marché, soit le nombre total de vente annuelle de chaque type d'immeuble, le nombre de jours requis pour vendre chaque type d'immeuble, l'évolution du prix de vente de chaque type d'immeuble et l'évolution de l'évaluation municipale de chaque type d'immeuble. Cette démarche permet d'offrir un portrait extrêmement précis de l'évolution du marché. En effet, le tableau de moyenne produit pour le bien de cette étude relate fidèlement le portrait annuel du marché immobilier de la ville de Saint-Jérôme pour les 13 années couvertes dans le cadre de cette recherche. Suite à l'analyse des données, il a été démontré qu'entre 1996 et 2008, les ventes sont à la hausse pour tous les types d'immeubles résidentiels. Pour la même période, la construction d'appartement est aussi à la hausse. Tout comme les ventes, le prix de vente ainsi que l'évaluation municipale de tous les types d'immeubles résidentiels sont aussi à la hausse. À l'instar des autres aspects du marché, le nombre de jours requis pour vendre un immeuble a pour sa part diminué pour chaque type d'immeuble. Pour ce qui est de la démographie de la ville de Saint-Jérôme, les tranches d'âges dont la proportion est à la hausse sont les 45-64 ans et les 65 ans et plus. Les tranches d'âges dont la proportion est à la baisse sont les 15-34 ans et les 35-44 ans. Dans le cas des états matrimoniaux, les états matrimoniaux dont la proportion est à la hausse sont les gens célibataires, les gens divorcés et les gens veufs. Les états matrimoniaux dont la proportion démographique est à la baisse, sont les gens mariés et les gens séparés.

## **10.2 Implications managériales**

Quel type d'immeuble bâtir selon :

- L'endroit
- La rapidité avec laquelle l'entrepreneur veut vendre
- Le prix selon lequel l'entrepreneur veut vendre

Cette section de la recherche consiste en un guide pratique pour les entrepreneurs et investisseurs oeuvrant dans le marché immobilier résidentiel de la ville de Saint-Jérôme. Les entrepreneurs et investisseurs sauront ainsi quel type d'immeuble bâtir selon les différentes circonstances, soit à quel endroit et à quel prix ils devront vendre ces immeubles. De plus, si la rapidité avec laquelle un immeuble peut être vendu est un facteur prédominant pour certains, ce guide traitera aussi de cet aspect du marché. Ainsi, pour chacun de ces trois facteurs, il sera possible de déterminer vers quel type d'immeuble il serait préférable de se diriger. De plus, il sera possible de réunir ces trois facteurs pour déterminer le choix ultime du meilleur investissement. En effet, il sera possible d'affirmer dans quel arrondissement se fera le meilleur investissement, avec quel type d'immeuble et à quel prix, pour que la vente se fasse le plus rapidement possible.

### L'arrondissement

Comme mentionné antérieurement, la ville de Saint-Jérôme est constituée de quatre arrondissements, soient : Lafontaine, Bellefeuille, Saint-Jérôme et Saint-Antoine. Le choix de l'arrondissement peut être perçu de deux manières distinctes, soit par type d'immeuble ou par préférence. Dans les deux cas, le nombre de vente, à court et moyen terme, de chaque type d'immeuble sera pris en considération pour ainsi déterminer quel type d'immeuble est le plus prisé dans chacun des arrondissements. Ainsi, pour un choix d'arrondissement fait par type d'immeuble, l'arrondissement dans lequel il se vend le plus du type d'immeuble en particulier sera déterminé comme étant le plus recommandé. Dans le cas inverse, où l'entrepreneur ou l'investisseur choisi préalablement

l'arrondissement dans lequel il oeuvra, le type d'immeuble comptant le plus de vente dans cet arrondissement sera déterminé comme étant le plus recommandé.

Pour ce qui est des maisons unifamiliales, Bellefeuille est l'arrondissement où le nombre de vente est le plus élevé. En effet, il s'y est vendu 78,51% plus de maisons unifamiliales en 2008 que dans n'importe quel autre arrondissement, avec plus de 200 ventes. De plus, cet arrondissement est le seul à ne pas avoir connu une baisse significative de sa vente de maisons entre 2007 et 2008. Par contre, les trois autres arrondissements ne sont toutefois pas négligeables, comptant chacun un nombre total de vente supérieur à cent en 2008. Dans le cas des condos, deux arrondissements se démarquent, soient Saint-Jérôme et Lafontaine. Dans ces deux arrondissements, il y a eu une hausse significative des ventes entre 2006 et 2008. Par contre, l'arrondissement de Saint-Jérôme présente une constance dans le nombre de vente qui ne se retrouve chez aucun des trois autres arrondissements. Pour les duplex et les triplex, l'arrondissement de Saint-Jérôme se démarque grandement.

Donc, un entrepreneur ou un investisseur voulant construire des maisons unifamiliales, l'arrondissement recommandé est Bellefeuille. Dans le cas des condos, l'arrondissement recommandé est Saint-Jérôme, mais l'arrondissement de Lafontaine se dévoile comme étant un choix alternatif très intéressant. Pour les duplex et les triplex, l'arrondissement de Saint-Jérôme est incontestablement le plus recommandable.

#### Le nombre de jours requis pour vendre

Pour un entrepreneur ou un investisseur voulant obtenir un roulement de vente le plus rapide possible, le nombre de jours requis pour vendre est pris en considération pour chaque type d'immeuble. Ainsi, le type d'immeuble se vendant, en moyenne, le plus rapidement possible sera déterminé comme étant le plus recommandé. Ce facteur est déterminant pour les entrepreneurs et investisseurs voulant vendre le plus d'immeubles possible au cours d'une année donnée.

Historiquement, entre 1996 et 2008, le type d'immeuble étant le plus long à vendre est le condo, suivi par les triplex. Par contre, en 2008, les maisons unifamiliales, duplex et triplex se retrouvent sur un pied d'égalité prenant chacun entre 70 et 76 jours pour être vendu. Donc, un entrepreneur ou un investisseur voulant vendre ses immeubles le plus rapidement possible, les maisons unifamiliales et les duplex sont les deux types d'immeubles les plus recommandés. En effet, les duplex représentent le type d'immeuble se vendant le plus rapidement de 2005 à 2008. Par contre, les maisons unifamiliales ont connu une légère baisse du nombre de jours requis pour vendre entre 2007 et 2008, tandis que les duplex ont connu une légère hausse.

### Le prix

Un prix de vente sera déterminé comme étant le plus approprié pour chaque type d'immeuble. Pour ce faire, l'écart entre l'évaluation municipale et le prix de vente sera pris en considération. Pour cet aspect du marché, les recommandations s'appliqueront à court terme, soit deux ans, vu les fluctuations incessantes.

Historiquement, l'écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale d'un immeuble est à son plus bas à la première année d'un rôle d'évaluation triennal et à son plus haut à la dernière année. Pour tous les types d'immeubles, l'accroissement de cet écart se fait de manière progressive. C'est donc dire que pour le rôle d'évaluation des années 2008, 2009 et 2010, il serait possible de déterminer les prix de vente moyens de 2009 et 2010 connaissant déjà l'écart pour l'année 2008. En effet, pour les maisons unifamiliales, l'écart était de 34,89% en 2005, 38,15% en 2006 et 43,05% en 2007. En 2008, l'écart était de 19,07% et l'évaluation municipale moyenne était de 155 207,12\$. Prenant l'année 2008 comme référence pour l'évaluation municipale, c'est donc dire que l'écart sera de 20,85% en 2009 et de 23,53% en 2010. Le prix de vente moyen pour une maison unifamiliale sera donc approximativement de 187 567,80\$ en 2009 et de 191 727,36\$ en 2010.

Dans le cas des condos, la situation est particulière. Ce type d'immeuble est le seul à avoir connu une baisse de l'écart entre le prix de vente et l'évaluation municipale entre 2006 et 2007. Néanmoins, l'écart était de 38,61% en 2005, 39,57% en 2006 et 30,46% en 2007. En 2008, l'écart était de 3,19% et l'évaluation municipale moyenne était de 123 877,55\$. Prenant l'année 2008 comme référence pour l'évaluation municipale, c'est donc dire que l'écart sera de 3,27% en 2009 et de 2,52% en 2010. Le prix de vente moyen pour un condo sera donc approximativement de 127 928,35\$ en 2009 et de 126 999,26\$ en 2010.

Pour les duplex, l'écart était de 60,57% en 2005, 67,9% en 2006 et 79,49% en 2007. En 2008, l'écart était de 27,95% et l'évaluation municipale moyenne était de 138 638,46\$. Prenant l'année 2008 comme référence pour l'évaluation municipale, c'est donc dire que l'écart sera de 31,33% en 2009 et de 36,68% en 2010. Le prix de vente moyen pour un condo sera donc approximativement de 182 073,89\$ en 2009 et de 189 491,05\$ en 2010.

Finalement, pour les triplex, l'écart était de 57,89% en 2005, 60,73% en 2006 et 67,05% en 2007. En 2008, l'écart était de 19,37% et l'évaluation municipale moyenne était de 218 661,29\$. Prenant l'année 2008 comme référence pour l'évaluation municipale, c'est donc dire que l'écart sera de 20,32% en 2009 et de 22,44% en 2010. Le prix moyen demandé pour un condo sera donc approximativement de 263 093,26\$ en 2009 et de 267 728,88\$ en 2010.

À un prix moindre que celui recommandé pour chaque type d'immeuble, l'entrepreneur ou l'investisseur se priverait d'une part de revenue, car il a été démontré que la clientèle est prête à payer ce prix. Dans le cas inverse, soit si l'entrepreneur ou l'investisseur exigerait un prix supérieur, celui-ci risquerait d'augmenter significativement le nombre de jours requis pour vendre l'immeuble, car il a été démontré que le prix moyen des autres immeubles comparables sera inférieur.

### **10.3 Recommandation finale**

C'est donc dire que pour faire un choix optimal et donc le plus rentable, un entrepreneur ou un investisseur devrait choisir d'exploiter soient les maisons unifamiliales ou les duplex, car ces 2 types d'immeuble sont les plus rapides à se vendre sur le marché. Pour les maisons unifamiliales, l'arrondissement le plus recommandable est Bellefeuille, car c'est à cet endroit où il se vend le plus de maisons annuellement dans toute la ville de Saint-Jérôme. Dans l'optique de la rentabilité, le prix de vente des maisons devrait se situer à environ 187 500\$ en 2009 et de 191 700\$ en 2010. Dans le cas des duplex, l'arrondissement le plus recommandable est Saint-Jérôme, car c'est à cet endroit où il se vend le plus de duplex annuellement dans toute la ville de Saint-Jérôme. Toujours dans l'optique de la rentabilité, le prix de vente des duplex devrait se situer à environ 182 000\$ en 2009 et de 189 500\$ en 2010.

### **10.4 Pistes de recherches futures**

Dans le cadre de cette étude, les pistes de recherches futures sont soulevées par les hypothèses qui ont été émises. Des neuf hypothèses qui ont été suggérées, quatre ont été validées, ce qui offre quatre pistes de recherches distinctes. Il serait donc intéressant de pousser plus loin l'étude du lien entre l'augmentation de la proportion démographique des gens de 65 ans et plus et l'augmentation du nombre de condos vendus. Une étude pouvant prouver qu'il y a bel et bien une corrélation entre les 2 événements permettrait aux entrepreneurs de prévoir l'évolution future de la vente de ce type d'immeuble, en se basant sur les prédictions démographiques de l'Institut de la Statistique du Québec. Il serait tout aussi intéressant d'investiguer les trois autres hypothèses qui ont été validées pour tenter de déterminer s'il y a une corrélation significative entre les différents événements. En effet, il serait tout aussi pertinent et intéressant de déterminer s'il y a une corrélation significative entre la diminution de la proportion démographique des gens mariés et le nombre de maisons unifamiliales vendues, entre l'augmentation de la proportion démographique des gens divorcés et la construction d'appartement et

finalement entre l'augmentation de la proportion démographique des gens veufs et le la construction d'appartement.

## **Bibliographie**

- 1- Emarketing.fr : <http://www.emarketing.fr/>
- 2- Filiatrault, P., Daghfous, N. (2006), Le Marketing, p.153
- 3- Publication et nouvelles; Chambre immobilière des Laurentides :  
<http://www.unprodunord.com>
- 4- Chambre Immobilière du grand Montréal : <http://www.cigm.ca>
- 5- Analyse du marché de la revente - troisième trimestre de 2007 du Montréal métropolitain ; SCHL et la Chambre immobilière du Grand Montréal :  
[http://cms.centris.ca/medias/publications/64609\\_2007\\_Q04\\_1.pdf](http://cms.centris.ca/medias/publications/64609_2007_Q04_1.pdf)
- 6- Rôle triennal 2008-2009-2010 pour ville de Saint-Jérôme; Leroux, Beaudry, Picard et associés inc.
- 7- Institut de la statistique du Québec : <http://www.stat.gouv.qc.ca>
- 8- Statistique Canada : <http://www.statcan.ca>
- 9- MLS, Chambre immobilière du Grand Montréal
- 10- Affordable Rental Housing Hard to Find, *Anonymous*. Canada NewsWire. Ottawa:  
Mar 2, 2009
- 11- Growth patterns: When opportunity knocks; [FINAL Edition], The Windsor Star.  
Windsor, Ont.: Jan 2, 1996. pg. A.6

12- FOCUS ON REAL ESTATE: Investing in Residential Real Estate in the United States of America, *Richard A Hanson*. *Real Estate Issues*. Chicago: Summer 2008. Vol. 33, Iss. 2; pg. 13, 10 pgs

13- 5 Markets to Watch, *Susan Bady*. *Professional Builder*. Highlands Ranch: May 2008. Vol. 73, Iss. 5; pg. 40, 1 pgs

14- MINORITY REPORT, *Janice Rosenberg*. *Journal of Property Management*. Chicago: Mar/Apr 2009. Vol. 74, Iss. 2; pg. 28, 4 pgs

15- Canada Mortgage and Housing Corporation: New Home Construction Increases Across Alberta's Urban Centres, *CCNMatthews Newswire*. Toronto: Jul 11, 2005. pg. 1

16- New Strategist. *American generation: Who they are and how they live*, Ithaqua, New York, New Strategist Publications, 2008, p.459

17- New Strategist. *Americans and their homes: Demographics of home ownership*, Ithaqua, New York, New Strategist Publications, 2005, p.415

18- Rouse, Linda P. *Marital and sexual lifestyles in the United States: Attitudes, Behaviors, and relationships in social context*, The Haworth Clinical Practice Press, 2001, p. 327

19- Ward, Magaret. *The Family Dynamic: A Canadian perspective, Fourth Edition*, Nelson, 2006, p. 419

20- Ville de Saint-Jérôme : <http://www.ville.saint-jerome.qc.ca/>

21- The Conselors of Real Estate : <http://www.cre.org/publications/rei.cfm>

22- Hemmerville Magazines Limited : [http://www.hemmerville.co.uk/mag\\_pb.htm](http://www.hemmerville.co.uk/mag_pb.htm)

- 23- Mace, G., François Pétry. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche : 2<sup>ième</sup> édition*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2000, p.134
- 24- Les stratégies de déstabilisation de la concurrence: déverrouillage et recombinaison du marché, HERVÉ DUMÉZ; ALAIN JEUNEMAÎTRE, *Revue Française de Gestion*; Jan/Feb 2004; 30, 148; ABI/INFORM Global, p. 1
- 25- Petit Larousse 1994 p.631
- 26- Petit Robert 2004 p.1569
- 27- Market Definition, Merger Review, and Media Monopolization: Congressional App... Amy Kristin Sanders, *Federal Communications Law Journal*; Mar 2007; 59, 2; ABI/INFORM Global, p. 417
- 28- L'encyclopédie libre Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org>
- 29- Office québécois de la langue française : <http://www.olf.gouv.qc.ca/>
- 30- Taxonomic Mental Models In Competitor Definition, *Academy of Management. The Academy of Management Review*; Apr 1990; 15, 2; ABI/INFORM Global, p. 224



## Annexe 1

### Formulaire pour l'évaluation municipale (utilisé par les évaluateurs agréés)

00	DATE À JOUER	LOGEMENTS	AUTRES LOCALS	ÉTAGES	TYPE	CLASSE	DATE DE CONSTRUCTION	PURVIS À (1, 11, 12)	MIXTE	UTILISATION	PROFIL	DE	LOCAL
J	3	N	P	E	T	C	A		R	U	B	L	

71 UTILISATION													
72 ADRESSE IMM.													
73 HISTORIQUE													
74	DATE	NOY	D	Y	DATE ENTRE EN VIGEUR	DATE CRÉATION	ANNÉE	ANNÉE	MATRICULE				
	NATURE												
	COÛT												

75 PROPRIÉTAIRE				76 DROITS RÉELS			
N	QUALIFICATION	A	DATE				
N	QUALIFICATION	A	NO INSCA				
R	QUALIFICATION						
M	QUALIFICATION						
C	QUALIFICATION						
				REMARQUES			

77 CARACTÉRISTIQUES D'EMPLACEMENT	
AMÉLIORATIONS LOCALES	
A	B
ECLAIRAGE 36	AQUEDUC 21
RUE FAIBLE 28	BONS ÉTATS 22
RUE DE FAIBLE 29	QUAI, QUAI 23
RUE NON QUA 34	DEVOUEMENT 24
PROTON 35	FOUR PAIN 25
GRAND 36	FOUR SAIN 26
RUEILLE 37	FRANC COU 27
TOUT ARIÈRE 38	FOUR SAIN 28
LOCALISATION	
C	D
PROBLE 31	TYPIQUE 31
EXTÉRIEUR 32	REGULÉ 32
EXTÉRIEUR 33	PRODIGE 33
TRANSVERSABLE 34	FRAGMENTÉ 34
ODR 35	COU COU COU 35
QS DE SAC 36	
SURVA 37	
LOT 38	
TOPOGRAPHIE	
V	V
E	Q
E	Q
E	Q
UTILISATION DU SOL	
J	N
F	L
M	M
K	

78 BÂTIMENT RES.		S	P	R	E	T	O
78 BÂTIMENT COMM. IND. INST.		S					
DATE DU RELEVÉ:		S	P	R	E	T	O

79 TERRAIN											
PROF.	INDICAT.	SURF.	SURF.	FR.	VALEUR						

UNITÉ DE VOISINAGE	USAGE LE MEILLEUR	UNITÉ DE MESURE	HECTAIRE	1. PROPRIÉTAIRE	2. PRIVE	3. PUBLIC	4. ÉCOLE	5. ÉGLISE	6. LOT	7. AUTRES	8. VIDE	9. DÉCHÈQUE
V	U	ha										
ZONAGE AGRICOLE												
D												
AUTRES INFORMATIONS:												



### VERTICALE

#### 15 EXCAVATION EN TRANCHEE

A B C

#### 16 SOLAGE BÂTI

BÂTI CODE  
 A B C D E F  
 SUPPLÉMENT D E F

FENÊTRES G  
 PORTES H

#### 17 MURS EXT.

EXT. REC. SOL. A B C  
 INT. TOT. D E F

PAREMENT G

REVÊTEMENT H

BÂTI I  
 ISOLANT J  
 PAROIS, FIN ET PLINTINE K  
 FENÊTRES L  
 PORTES N

TOTAL

### ANNEXES

LUCARNE A  
 BALCON B  
 PERRON C  
 GALERIE D  
 G. I.  
 INCR. J  
 L. M.

TOTAL

### LINÉAIRE

#### 18 AV. TOIT & ASS.

AVANT-TOIT A B C  
 GOUTTÈRES E  
 ASSISES F

TOTAL

### 22 DÉPENDANCES

AL B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

TOTAL

### 23 AMÉLIORATIONS DE PLACEMENT

AL B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

TOTAL

### 24 PLANTATIONS

AL B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

TOTAL

### 25 NOTES

26 SOMMATION

VERTICALE 24  
 LINÉAIRE  
 HORIZONTALE

TOTAL

### 27 DÉPRÉCIATION

28 INDICATEURS UNITAIRES

29 ATTESTATION

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

TOTAL

41 REVENU INVENTAIRE DES LOCAUX AU COMPLET EN RÉGIME 24.8.0. 45 METHODE DU REVENU REVENU BRUT PARITAIRE

ADJUSTEMENTS APPLICATIONS REVENU BRUT PARITAIRE ANNUEL TOTAL ADJUSTE

60 METHODE DE COMPARAISON

61 BORDEREAU RECONCILIATION

62 REPARTITION FISCALE

UNITÉ DE CONDOMINIUM

METHODE DE COMPARAISON

VARIABLE Taux d'ajustement DIVISION SECTION EMPLOI/USAGE CAT. BATIMENT LOCAL

00 Mise à jour Logement N P E T C A D R U B L

72 ADRESSE IMM 73 HISTORIQUE

Table with columns: DATE, N° IM, DATE ENTRÉE EN VIGUEUR, DATE CRÉATION/ANNULATION, LOCALITÉ, NATURE, COÛT

75 PROPRIÉTAIRE 76 DROITS REELS

Form for owner details (N, P, R, M, C) and real rights (DATE, N° IM, NATURE, LOCALITÉ)

10 DIMENSIONS DE BASE 81 DESIGNATION DES PARTIES PRIVATIVES

Table with columns: LOGEMENT(S), ETAGE(S), MEZZANINE, SOUS-SOL, ATTACHE, LOTS SUR, REZ, SUPERFICIE, CM, USAGE, QUOTE PART, COLUPE, LIT

11 PARTIE PRIVATIVE PRINCIPALE

Form for main private part details: FINITION INTERIEURE, Finitions de l'habitat, PAROIS, CODES

51 TECHNIQUE DE MODELISATION STATISTIQUE

Form for statistical modeling: VARIABLE (STRATÉGIQUE, DESCRIPTIVE), METHODE, REF, SERIES

2 CUISINE 3 SALLE DE BAIN 4 GENERALITES

Form for kitchen, bathroom, and general features: CUISINE, SALLE DE BAIN, GENERALITES (VERRE, PROT. INT. MUR, ASPR. MUR, RANGEMENT INT.)

5 MECANIQUE 6 ETAT GENERAL DE L'UNITÉ PRIVATIVE

Form for mechanics and general unit state: MECANIQUE (VENTILATION, CLIMATISATION), ETAT GENERAL (Description, Etat)

7 ATTRAITES ET NUISANCES

Form for attractions and nuisances: ATTRAITES (SUPERIEUR, STANDARD, INFÉRIEUR), NUISANCES (SON, VIBRATIONS, ODEURS)

12 COMPLEMENTES

Form for complements: STATIONNEMENT, RANGEMENT, ANNEXES, DÉPENDANCES

TERRAIN

Form for terrain details: PARTIE VIVÉE, PARTIE DIVISÉ, DIMENSIONS, SUPERFICIE

13 VALIDATION PAR METHODE COMPARATIVE 81 BORDEREAU

Table for validation and border sheet: Validation table with columns (Description, Intérieur, Extérieur, etc.) and Bordereau table with columns (Type, Valeur, etc.)

28 ATTESTATION

Form for attestation: ACCENT, REZ, LOCALITÉ, DATE, SIGNATURE

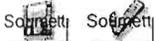
## Annexe 2

### Formulaire MLS (utilisé par les agents d'immeubles)

Retour au menu de saisie

Copropriété/Appartement résidentiel - Information préliminaire

Menu



Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

1/9



Agent(s) - Courtier(s) inscripteur(s)

Martine Danis (GROUPE SUTTON LAURENTIDES SIEGE SOCIAL)

Numéro du contrat de courtage

Vente CC, Location CC, Autre, Français, Anglais

Genre de propriété, Style

Type de bâtiment, Type de copropriété (quote-part) %

Nombre total d'unités dans le bâtiment, Étage, d'étages dans le bâtiment

Prix de vente demandé \$ +TPS/TVQ

Possibilité d'échange Reprise Oui Non

Date de signature du contrat AAAA-MM-JJ

Date d'expiration AAAA-MM-JJ

Prix de location demandé/mois \$ +TPS/TVQ

Durée du bail

PAC : Date de promesse d'achat et/ou de location conditionnelle AAAA-MM-JJ

Clause de premier refus (72 heures)

Rétribution au courtier collaborateur % ou \$

Rétribution pour la location % ou \$ ou Nbre mois

Déclaration du courtier Oui Non

Rétribution supplémentaire pour la location (renouvellement) % ou \$ ou Nbre mois

Publication sur Internet Oui Non

Retour au menu de saisie

Unifamiliale - Information préliminaire



Menu

Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

1/9



Soigné Soigné

Agent(s) - Courtier(s) inscripteur(s)

Martine Danis (GROUPE SUTTON LAURENTIDES SIEGE SOCIAL)



Numéro du contrat de courtage

Français  Anglais  
 Vente CC  Autre   
 Location CC  Autre

Genre de propriété

Particularités du bâtiment

Intergénération  Saisonnier

Type de bâtiment

Prix de vente demandé

\$  +TPS/TVQ

Possibilité d'échange Reprise

Oui  Non

Date de signature du contrat

AAAA-MM-JJ

Date d'expiration

AAAA-MM-JJ

Prix de location demandé/mois

\$  +TPS/TVQ

Durée du bail

PAC : Date de promesse d'achat et/ou de location conditionnelle

AAAA-MM-JJ

Clause de premier refus (72 heures)

Rétribution au courtier collaborateur

% ou  \$

Rétribution pour la location

% ou  \$ ou  Nbre mois

Déclaration du courtier

Oui  Non

Rétribution supplémentaire pour la location (renouvellement)

% ou  \$ ou  Nbre mois

Publication sur Internet

Oui  Non

Retour au menu de saisie

Unifamiliale - Description légale



Menu

Soumettre

Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

2/9

Soumettre

Région  Municipalité/Arrondissement  Quartier

N° début N° fin  Rue  APP.   
 Rue privée

Intersection  Code postal

Nom du plan d'eau  Cadastre   Québec réformé  
 (lot, subdivision, nom du cadastre)

Afin de positionner adéquatement votre Inscription, spécifiez l'information relative à l'adresse en incluant le code postal et cliquez sur le bouton « Positionnez votre Inscription » ci-dessous.

Positionnez votre inscription

Certificat de localisation

Oui, AAAA  Non

Date ou délai de la prise de possession (à titre indicatif)

AAAA-MM-JJ  ou dans les  jours après l'acceptation PA/PL

ou  selon les baux

Date ou délai de la signature de l'acte de vente (à titre indicatif)

AAAA-MM-JJ  ou dans les  jours après l'acceptation PA/PL

Rendez-vous

- Clé au bureau
- Avis de 24 heures minimum
- Boîte à clé
- Système d'alarme

Nom de la personne à contacter

Téléphone rendez-vous  poste

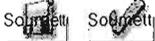
[Retour au menu de saisie](#)

Unifamiliale - Propriétaire et hypothèque

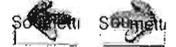


Menu

Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie



3/9



Propriétaire 1

Nom		Prénom		Nom de la compagnie		<input type="checkbox"/> Représentant autorisé	Langue de correspondance	
Numéro	Rue	Appartement	Municipalité		Code postal	Case postale		
Téléphone 1		Téléphone 2						

Hypothèque  Oui  Non



Retour au menu de saisie

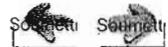
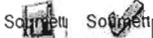
Unifamiliale - Bâtiment et terrain

Menu



Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

4/9



Année de construction  
AAAA ou

Particularité de la construction

Date de livraison prévue  
AAAA-MM-JJ

Dimensions totales du bâtiment  
x Irrégulières

Superficie au sol

Superficie habitable

Dimensions du terrain  
x Irrégulières

Superficie du terrain

Zonage

- Résidentiel
- Commercial
- Industriel
- Agricole
- Villégiature

Déclaration du vendeur  Oui  Non

Numéro du formulaire de la déclaration du vendeur DV-

- Avis de non-conformité
- Non-résident canadien
- Protection du territoire agricole
- Conforme à la protection de l'environnement
- Facteurs se rapportant à l'immeuble

- Certificat de conformité d'incendie AAAA
- Avis de résidence familiale
- Ensemble immobilier
- Bien culturel, historique ou naturel
- Le vendeur a en sa possession des actes depuis AAAA

Autre déclaration du vendeur

Français  
Nombre de caractères : 0 de 180

Anglais  
Nombre de caractères : 0 de 180

Retour au menu de saisie

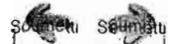
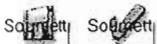
Unifamiliale - Description des pièces



Menu

Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

5/9



Nombre de pièces  Nombre total de chambres  dont  au sous-sol Nombre de salles de bains  Nombre de salles d'eau

Niveau  Pièce  Dimensions  x  x  Irr.  Revêtement de sol  Foyer-Poêle  Information supplémentaire Français Anglais

Particularité extérieure  Dimensions  x  x  Irr.

Inclus selon le bail

Dimensions des pièces par niveau (section intergénération)

Cette section est visible seulement quand le champ "Intergénération" dans la section "Information préliminaire" est coché.

Revenus supplémentaires

Revenus 1

No du logement  Nbre pièces  Nbre chambres  Nbre salles de bains  Nbre salles d'eau  Installation laveuse-sécheuse  Fin de bail/Code d'échéance  Loyer effectif mensuel \$  Loyer potentiel mensuel \$  Particularités

Inclus selon le bail

Retour au menu de saisie

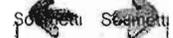
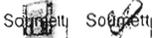
Unifamiliale- Taxes et dépenses



Menu

Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

6/9



Évaluation (municipale)

Année Terrain Bâtiment Total Non émise

AAAA \$ \$ \$

Numéro de matricule

Municipalité Division Section Emplacement

Taxes (annuelles)

	Année	Coût	Non émise	Échéance
Municipales	AAAA	\$	<input type="checkbox"/>	
Scolaire	AAAA	\$	<input type="checkbox"/>	
Secteur	AAAA	\$	<input type="checkbox"/>	AAAA
Eau	AAAA	\$	<input type="checkbox"/>	
Autre	AAAA	\$	<input type="checkbox"/>	AAAA

Français:   
Anglais:

Dépenses

	Coût (mensuel)	Coût (annuel)
Frais communs	<input type="text"/>	\$
<b>Énergie (annuelle)</b>		
Électricité		\$
Mazout		\$
Gaz		\$
Autre		\$
Français: <input type="text"/>		
Anglais: <input type="text"/>		

Total des taxes - \$

Total des dépenses - \$

Total des taxes et dépenses annuelles

- \$

[Retour au menu de saisie](#)

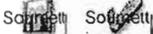
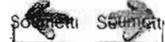
Unifamiliale - Information complémentaire

Menu



Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

7/9



Caractéristiques (+) (-)

- Système d'égouts
- Approvisionnement en eau
- Fondation
- Revêtement de la toiture
- Revêtement
- Fenestration
- Type de fenestration
- Énergie pour le chauffage
- Mode de chauffage
- Sous-sol
- Salle de bains
- Installation laveuse-sécheuse
- Foyer-Poêle
- Armoires de cuisine
- Équipement/Services
- Appareils en location (mensuel)
- Renovations
- Piscine
- Stationnement
- Allée

Inclusions Exclusions Info agent collaborateur Remarques MLS® Remarques Internet Addenda

Français

Nombre de caractères : 0 de 300

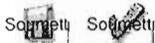
Anglais

Nombre de caractères : 0 de 300

[Retour au menu de saisie](#)

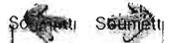
Unifamiliale- Visites libres et caravanes

Menu



Numéro MLS® à venir | Incomplet | Adresse non définie

8/9



Genre

Date

Heure du début

Commentaires (français)

Heure de la fin

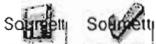
Commentaires (anglais)



Retour au menu de saisie

Multimédia

Menu



8198261 | Incomplet | Adresse non définie



9/9



Photos

Mise en garde importante : sera considéré comme publicité interdite toute illustration ou ajout de quelque nature que ce soit aux photos (article 17 du Règlement MLS®). Advenant le cas, votre Chambre immobilière retirera la ou les photos et des frais pourraient vous être facturés.

Ajouter des photos

Visite virtuelle

Mise en garde importante : sera considéré comme publicité interdite, tout lien donnant accès au site d'un agent immobilier, à l'intérieur duquel il faudra naviguer pour retracer la visite virtuelle de la propriété à vendre. Advenant le cas, votre Chambre immobilière retirera le lien et des frais pourraient vous être facturés.

Lien français :

Lien anglais :

Documents additionnels

Type    Description française    Description anglaise

Ajouter un document

## Annexe 3

### Règlement MLS

**RÈGLEMENT**

**MLS<sup>®</sup>**

**BYLAW**

**Règlement MLS®  
MLS® Bylaw**

**Table des matières / Table of contents**

Objectifs Objectives	2
Section I: Définitions Definitions	2
Section II: Procédure d'inscription Listing procedure	4
Section III: Responsabilité Liability	6
Section IV: Réalisation ou annulation d'une opération de courtage Completion or cancellation of a brokerage transaction	7
Section V: Fin de l'inscription End of listing	7
Section VI: Effets sur l'inscription de l'expulsion ou de la suspension d'un membre ou de l'abandon de son certificat Effects on the listing of the expulsion or the suspension of a member or the withdrawal of its certificate	8
Section VII: Pénalités Operating charges and penalties	8
Section VIII: Rétribution Remuneration	8
Section IX: Infractions Infractions	9
Section X: Statistiques Statistics	9
Section XI: Publication et distribution des renseignements Publishing and distribution of information	10
Annexe A Les délais Annex A The delays	11
Annexe B Les trois points fondamentaux, l'utilisation et l'exécution des marques de commerce MLS® Annex B The three pillars, usage and enforcement of the MLS® Trade Marks	12
Politiques d'application Application Policies	14

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

### OBJECTIFS

Le Service MLS® a pour objet de fournir aux membres un mode de diffusion et de consultation des biens offerts en vue de la réalisation d'une opération de courtage.

Le présent règlement édicte les règles et conditions générales d'utilisation de ce service. Le recours à des politiques administratives est favorisé pour encadrer les usages particuliers et déterminer les conditions d'utilisations adoptées par les différentes Chambres immobilières du Québec.

L'utilisation du Service est exclusivement réservée aux membres et aux clients affiliés. Le terme clients affiliés signifie « clients affiliés de la Chambre ».

*(modifié et adopté par le conseil le 17 mai 2007)*

Le Service est administré de façon à en rendre l'usage simple aux membres et de manière à ce que les coûts d'exploitation, de recherche et développement soient assumés par les membres.

Dédié aux membres, le Service s'assure de son efficacité et du respect des Règlements de la Fédération des Chambres immobilières du Québec, de l'Association canadienne de l'immeuble de même que de la Loi sur le courtage immobilier et ses règlements, ainsi qu'aux autres lois et règlements applicables.

*(modifié et adopté par le conseil le 23 novembre 2007)*

### SECTION I

#### DÉFINITIONS

Dans le présent Règlement, à moins que le contexte ne s'y oppose, les expressions et mots suivants signifient :

1. **BIEN INSCRIT** : le bien inscrit auprès du Service offert aux fins de la réalisation d'une opération de courtage.
2. **CHAMBRE** : chacune des Chambres immobilières formant la Fédération des Chambres immobilières du Québec.
3. **CLIENT INSCRIPTEUR** : la personne physique, la personne morale ou la société qui a confié un contrat de courtage à un courtier inscripteur en vue d'offrir un bien aux fins de réaliser une opération de courtage.
4. **COMITÉ** : l'instance désignée ou constituée par la Fédération des Chambres immobilières du Québec pour assurer la gouverne et l'autorité de son Service Inter-Agences® MLS® ou par défaut son conseil d'administration.

### OBJECTIVES

The purpose of the MLS® Service is to provide members with a method of collecting and disseminating information on properties offered for sale in order to assist with the facilitation of brokerage transaction.

This Bylaw establishes the general rules and terms for use of the Service. In order to accommodate the different real estate practices undertaken by the various real estate boards in Quebec, unique administrative policies are recommended.

The use of the Service is reserved only for members and affiliated clients. The term affiliated clients means « affiliated clients of the Board ».

*(modified and adopted by the Board of Directors on May 17, 2007)*

The Service is administered in a way that ensures it is easy for members to use and it is in this manner that its operating, and research and development costs are assumed by members.

The Service ensures its effectiveness through its dedication to members and with compliance to the Quebec Federation of Real Estate Boards' By-laws, the Canadian Real Estate Association, the Real Estate Brokerage Act and other application laws and regulations.

*(modified and adopted by the Board of Directors on November 23, 2007)*

### SECTION I

#### DEFINITIONS

Under this Bylaw, unless otherwise indicated by the context, the words and expressions below have the following meanings:

1. **LISTED PROPERTY**: the property listed with the service and offered for the purpose of completing a brokerage transaction.
2. **BOARD**: each of the real estate boards that constitute the Quebec Federation of Real Estate Boards.
3. **LISTING CLIENT**: the physical person, the legal entity or the society that has given a brokerage contract to a listing broker to offer a property and complete a brokerage transaction.
4. **COMMITTEE**: the authority designated or constituted by the Quebec Federation of Real Estate Boards to ensure the governance and the authority of its Multiple Listing Service® MLS® or by default its Board of Directors.

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

5. **CONTRAT DE COURTAGE** : le contrat de courtage exclusif, écrit et signé, qu'obtient un courtier inscrit, aux fins de la réalisation d'une opération de courtage. Ledit contrat doit prévoir le paiement d'une rétribution advenant la réalisation d'une opération de courtage.
6. **COURTIER COLLABORATEUR** : le courtier membre qui tente de réaliser ou réalise une opération de courtage se rapportant à un bien inscrit auprès du Service.
7. **COURTIER INSCRIT** : le courtier membre qui inscrit auprès du Service un bien pouvant faire l'objet d'une opération de courtage.
8. **DIFFÉREND** : désigne tout litige autre que disciplinaire impliquant des membres de la Fédération des Chambres immobilières du Québec portant sur la perception ou le partage d'une rétribution devenue due à un membre et résultant de l'activité d'un courtier immobilier telle que cette expression est définie à l'article 1 de la Loi sur le courtage immobilier (L.R.Q., c. C-73.1)  
*(modifié et adopté par le conseil le 15 juin 2006)*
9. **FORMULAIRE** : tout formulaire papier ou électronique de description détaillée prescrit par la Fédération des Chambres immobilières du Québec à l'usage exclusif des membres.
10. **JOUR** : jour de calendrier; si le jour d'échéance d'un délai prévu au présent règlement correspond à un jour non juridique ou à un samedi, le délai est prolongé au premier jour juridique suivant; sont jours non juridiques :
- les dimanches;
  - les 1<sup>er</sup> et 2 janvier;
  - le Vendredi Saint;
  - le lundi de Pâques;
  - le 24 juin, jour de la fête nationale;
  - le 1<sup>er</sup> juillet, anniversaire de la Confédération, ou le 2 juillet si le 1<sup>er</sup> tombe un dimanche;
  - le premier lundi de septembre, Fête du Travail;
  - le deuxième lundi d'octobre, Action de Grâce;
  - les 25 et 26 décembre;
  - le jour fixé par proclamation du gouverneur-général pour marquer l'anniversaire de naissance du souverain.
11. **MEMBRE** : le courtier immobilier ou l'agent autorisé à agir pour lui, qui rencontre les critères d'adhésion édictés par la Fédération des Chambres immobilières du Québec quant à sa situation financière, sa compétence et son intégrité.
12. **OPÉRATION DE COURTAGE** : toute activité décrite à l'article 1 de la Loi sur le courtage immobilier.
13. **PROPOSITION D'OPÉRATION DE COURTAGE** : une promesse d'achat d'un bien immobilier ou d'une entreprise, une promesse de
5. **BROKERAGE CONTRACT**: the exclusive, written and signed contract given to a listing broker for the purpose of completing a brokerage transaction. The contract must provide for the payment of remuneration in the event a brokerage transaction is completed.
6. **SELLING BROKER**: the member broker who tries to complete or does complete a brokerage transaction with respect to a property listed with the Service.
7. **LISTING BROKER**: the member broker who has listed with the Service a property available for a brokerage transaction.
8. **DISPUTE**: shall designate any litigation other than disciplinary, directly resulting from a brokerage transaction between members of the Quebec Federation of Real Estate Boards and in relation with the collection or sharing of a compensation that has become due to a member and resulting from the activity of real estate broker as defined in Section 1 of the *Quebec Real Estate Brokerage Act (R.S.Q., c. C-73.1)*.  
*(modified and adopted by the Board of Directors on June 15, 2006)*
9. **FORM**: any detailed description form, printed or electronic, assigned by the Quebec Federation of Real Estate Boards for use by members only.
10. **DAY**: a calendar day; if the due date of a term provided for under this bylaw is a non-judicial day or a Saturday, the term shall be extended to the next judicial day; non-judicial days include:
- Sundays;
  - January 1<sup>st</sup> and 2<sup>nd</sup>;
  - Good Friday;
  - Easter Monday;
  - June 24<sup>th</sup>, the St-Jean-Baptiste holiday;
  - July 1<sup>st</sup>, Canada Day, or July 2<sup>nd</sup> if the 2<sup>nd</sup> is a Sunday;
  - the first Monday in September, Labour Day;
  - the second Monday in October, Thanksgiving;
  - December 25<sup>th</sup> and 26<sup>th</sup>;
  - the date determined by proclamation of the Governor General to mark the sovereign's birthday.
11. **MEMBER**: the real estate broker or the agent authorized to act on its behalf, who meets the admission criteria provided by the Quebec Federation of Real Estate Boards relating to its financial situation, its competence and its integrity.
12. **BROKERAGE TRANSACTION**: any activity described under Section 1 of the Real Estate Brokerage Act.
13. **PROPOSITION OF BROKERAGE TRANSACTION**: an offer to purchase a real estate property or a business, an offer to rent, or

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

location ou toute autre promesse de réaliser une opération de courtage.

14. **SERVICE** : le Service Inter-Agences® MLS® de chacune des Chambres immobilières formant la Fédération des Chambres immobilières du Québec.

*(modifié et adopté par le conseil le 17 mai 2007)*

15. **UTILISATEUR** : une personne autorisée à utiliser, en tout ou en partie, les renseignements colligés au service, le tout en conformité aux termes et conditions édictées par la Fédération des Chambres immobilières du Québec.

### SECTION II

#### PROCÉDURE D'INSCRIPTION

16. **Assujettissement** : tout contrat de courtage exclusif est assujéti au présent règlement dès sa conclusion ou à toute autre date ultérieure si l'inscription au système n'est pas autorisée par le présent règlement avant cette date.

17. **Renseignements** : pour inscrire auprès du Service un bien faisant l'objet d'un contrat de courtage, le membre doit soumettre, sans délai, tous les renseignements requis sur le formulaire se rapportant au type de bien concerné. En tout temps, le Service peut exiger une copie du contrat de courtage.

Les renseignements pertinents fournis après le délai prescrit à l'Annexe A ainsi que des informations incomplètes pourront entraîner la non-conformité de la demande d'inscription.

*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*

Seules les mentions qui sont conformes au contrat de courtage et qui servent à décrire le bien seront publiées. Toute autre mention, illustration ou ajout de quelque nature que ce soit publié à l'inscription et aux photos sera radié à moins qu'il ne s'agisse de mentions retrouvées à la rubrique « remarques-internet ».

Seuls les vidéos et/ou visites virtuelles et/ou diaporama en mouvement et servant à présenter la propriété pourront être publiés dans la section réservée à cette fin.

*(modifié et adopté par le conseil le 17 mai 2007)*

18. **Rétribution aux courtiers collaborateurs** : la rétribution offerte aux courtiers collaborateurs par le courtier inscripteur doit être indiquée sur le formulaire et publiée par le Service.

L'offre de partage de rémunération entre le courtier inscripteur et le courtier collaborateur est un aspect essentiel d'une inscription MLS®.

any other offer to complete a brokerage transaction.

14. **SERVICE**: the Multiple Listing Service® MLS® of each Board composing the Quebec Federation of Real Estate Boards.

*(modified and adopted by the Board of Directors on May 17, 2007)*

15. **USER**: a person authorized to use, in whole or in part, the information gathered with the service in accordance with the terms and conditions stated by the Quebec Federation of Real Estate Boards.

### SECTION II

#### LISTING PROCEDURE

16. **Application of Bylaw**: any exclusive brokerage contract shall be subject to this Bylaw as soon as it is signed or at any later date if the listing in the system is not authorised prior to such date under this Bylaw.

17. **Listing**: to list with the Service a property covered by a brokerage contract, the member shall provide forthwith all relevant information on the form as to the type of property. The Service may at any time request a copy of the brokerage contract.

Relevant information provided after the period stated in Annex A as well as incomplete information shall cause the listing request's non-compliance.

*(modified and adopted by the Board of Director, October 11, 2006)*

Only information that is in compliance with the brokerage contract and that serves to describe the property shall be published. Any other mention, illustration or addition of any nature whatsoever published in the listing or photos shall be removed, unless it is information found under "Remarks – Internet".

Only videos and/or virtual visits and/or slide shows and that help to present the property shall be published in the section reserved for this purpose.

*(modified and adopted by the Board of Directors on May 17, 2007)*

18. **Remuneration of selling brokers**: the remuneration offered to selling brokers by listing broker must be stated on the form and published by the service.

The offer of remuneration sharing between the listing broker and the selling broker is an essential aspect of an MLS® listing.

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

19. **Durée minimale d'une inscription :** la durée minimale d'une inscription auprès du Service est déterminée suivant le délai prescrit à l'Annexe A.  
*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*
20. **Déclaration du vendeur :** tout facteur se rapportant au bien inscrit susceptible, de façon significative, d'en diminuer la valeur ou les revenus ou d'en augmenter les dépenses doit être inscrit à la rubrique « Déclaration du vendeur ».
21. **Déclaration du courtier :** toute condition pouvant affecter de quelque façon que ce soit les droits d'un courtier collaborateur doit être inscrite à la rubrique « Déclaration du courtier ».
22. **Modification au contrat de courtage :** le membre doit s'assurer que toute modification au contrat de courtage soit publiée suivant le délai prescrit à l'Annexe A.  
*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*
23. **Prix :** un seul prix de vente et/ou de location doit apparaître au contrat de courtage d'un bien inscrit auprès du Service. Advenant que des taxes doivent être imposées sur le prix, une mention à cet effet doit apparaître au formulaire.
24. **Inscription de plusieurs biens offerts :** les biens pouvant faire l'objet d'opérations de courtage distinctes doivent être décrits séparément et distinctement au contrat de courtage et sur les formulaires détaillés soumis au Service.
- Lorsqu'une partie d'un bien inscrit fait l'objet d'une opération de courtage, le Service doit en être informé conformément aux dispositions de l'article 31.
- De plus, le courtier inscripteur doit, au même moment, soumettre au Service un nouveau formulaire détaillé.
25. **Originaux des documents :** en tout temps, le Service peut exiger que le membre lui fournisse, dans les 24 heures de la demande, l'original du contrat de courtage, de ses modifications et de tout autre document jugé nécessaire.
26. **Inscription non-conforme :** le Service peut expédier au courtier inscripteur un avis de non-conformité indiquant les corrections à apporter. La pénalité prévue aux politiques de la Chambre peut alors être imposée par le Service.
- Le défaut par le courtier de se conformer audit avis à l'intérieur du délai prescrit à l'Annexe A peut entraîner la suspension, le refus ou le rejet de la publication de l'inscription.  
*(modifié et adopté par le conseil le 23 novembre 2007)*
27. **Vérification des renseignements :** le membre doit s'assurer auprès du client inscripteur de la conformité des renseignements
19. **Minimum listing period:** the minimum period of a listing with the Service is established in accordance with the terms of Annex A.  
*(modified and adopted by the Board of Director, on October 11, 2006)*
20. **Seller's declaration:** any factor related to the listed property and likely to significantly diminish its value or revenue or increase its costs shall be disclosed on the form by the listing broker under the heading "Seller's declaration".
21. **Broker's declaration:** any condition that could in any way affect the rights of a selling broker shall be disclosed under the heading "Broker's declaration".
22. **Amendments to a brokerage contract:** the member shall ensure that any amendment to the brokerage contract is published within the time period provided for in Annex A.  
*(modified and adopted by the Board of Director, on October 11, 2006)*
23. **Price:** only one sale and/or rental price shall appear on the brokerage contract for a property listed with the Service. In the event taxes must be added to the price, a mention to this effect must appear on the form.
24. **Listing several offered properties:** the properties offered for separate brokerage transactions shall be described separately in the brokerage transactions and on the detailed forms submitted to the Service.
- When part of a listed property is involved in a brokerage transaction, the Service shall be notified in accordance with article 31.
- In addition, the listing broker shall concurrently submit to the Service a new detailed form.
25. **Document originals:** the Service may at any time require that the member provide, within 24 hours from the request, the original brokerage contract and its amendments as well as any other document it deems necessary.
26. **Non-compliant listing:** the Service shall send a notice of non-compliance to the listing broker indicating the corrections to be made. The penalty mentioned in the policies of the Board may then be imposed by the Service.
- The failure of the broker to comply to the notice within the specified time period **stated in Annex A** may cause the suspension, refusal or removal of the listing's publication.  
*(modified and adopted by the Board of Director, on November 23, 2007)*
27. **Verification of information:** The member shall verify the compliance of all information on the form with the listing client. It

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

indiqués sur le formulaire. Il doit également effectuer une vérification complète des renseignements contenus au formulaire.

shall also perform a complete verification of the information appearing on the form.

### SECTION III

#### RESPONSABILITÉ

28. **Responsabilité du courtier inscripteur** : toute information publiée par le Service est transmise sans modification telle que communiquée par le courtier inscripteur.

Le courtier inscripteur est responsable de vérifier les informations publiées, y compris les croquis et les photos. En cas d'erreur, le courtier inscripteur doit aviser sans délai le Service. Il s'engage à tenir la Fédération des Chambres immobilières du Québec indemne de toute réclamation pouvant provenir de son client ou d'un tiers.

29. **Absence de vérification par le Service** : le Service ne fait aucune vérification relativement aux informations fournies par le courtier inscripteur.

30. **Non responsabilité du Service** : par son adhésion, chaque membre convient qu'il exonère le Service, la Chambre et la Fédération des Chambres immobilières du Québec de toute responsabilité pouvant découler notamment de l'inexactitude, de l'insuffisance ou du fait de la publication des informations communiquées au Service.

*(modifié et adopté par le conseil le 17 mai 2007)*

### SECTION IV

#### RÉALISATION OU ANNULATION D'UNE OPÉRATION DE COURTAGÉ

31. **Avs de vente** : le courtier inscripteur doit publier la mention « vendu » sur le bien inscrit auprès du Service dès qu'une promesse d'achat, de vente, d'échange ou de location est acceptée et que toutes les conditions de celle-ci, excluant le fait de signer l'acte le constatant, ont été réalisées.

32. **Avis d'annulation d'une opération de courtage** : le courtier inscripteur doit informer le Service, par écrit, de l'annulation d'une opération de courtage suivant le délai prescrit à l'Annexe A.

*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*

### SECTION V

#### FIN DE L'INSCRIPTION

33. **Prolongation d'une inscription** : l'avis de modification prévoyant la prolongation de la période couverte par le contrat de courtage doit être publié au Service suivant le délai prescrit à l'Annexe A.

*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*

### SECTION III

#### LIABILITY

28. **Liability of the listing broker**: any information published by the Service is transmitted without modification as communicated by the listing broker.

The listing broker is obligated to verify the published information including the drawings and photographs. In case of error, the listing broker shall notify the Service without delay. It undertakes to hold the Quebec Federation of Real Estate Boards harmless from any claim of its client or of a third party.

29. **No verification by the Service**: the Service shall not verify any of the information provided by the listing broker.

30. **Release of the Service**: through its membership, each member agrees that it shall release the Service, the Board and the Quebec Federation of Real Estate Boards from any liability that may result from any incorrect or incomplete information sent to the Service or from the publishing of such information by the Service.

*(modified and adopted by the Board of Directors on May 17, 2007)*

### SECTION IV

#### COMPLETION OR CANCELLATION OF A BROKERAGE TRANSACTION

31. **Notice of sale**: the listing broker shall publish the "Sold" indication on the property listed with the Service as soon as an offer to purchase, sell, exchange or rent has been accepted and that all of its conditions, excluding the signing of the document witnessing such a transaction, have been met.

32. **Notice of cancellation of a brokerage transaction**: the listing broker shall inform the Service in writing of the cancellation of a brokerage transaction within the time period stated in Annex A.

*(modified and adopted by the Board of Director, on October 11, 2006)*

### SECTION V

#### END OF LISTING

33. **Extension of a listing**: the notice of amendment providing for the extension of the period covered by the brokerage contract shall be published with the Service according to the terms stated in Annex A.

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

*(modified and adopted by the Board of Director, on October 11, 2006)*

34. **Mise hors marché :** pour cesser la publication d'une inscription avant la date d'expiration prévue au contrat de courtage, le membre doit transmettre au Service un avis à cet effet signé par le client inscripteur suivant le délai prescrit à l'Annexe A.

*(modifié et adopté par le conseil le 11 octobre 2006)*

Le présent article ne peut trouver application si le bien inscrit a fait l'objet d'une opération de courtage dûment acceptée par les parties.

### SECTION VI

#### *EFFETS SUR L'INSCRIPTION DE L'EXPULSION OU DE LA SUSPENSION D'UN MEMBRE OU DE L'ABANDON DE SON CERTIFICAT*

35. Les inscriptions d'un courtier immobilier agréé suspendu ou expulsé conformément aux règlements de la Fédération des Chambres immobilières du Québec cessent d'être publiées aussitôt que le Service en reçoit notification.
- 35.1. Les inscriptions d'un courtier immobilier agréé qui n'est plus détenteur d'un certificat émis par l'Association des courtiers et agents immobiliers du Québec sont radiées d'office aussitôt que le Service en reçoit notification.
- 35.2. En cas de suspension ou d'expulsion d'un membre autre qu'un courtier immobilier agréé, seules les coordonnées de ce membre sont retranchées de l'inscription aussitôt que le Service en reçoit notification.
- 35.3. Lorsque la cause de suspension n'existe plus, les inscriptions et les coordonnées du membre sont à nouveau publiées par le Service aussitôt que ce dernier en reçoit notification.

### SECTION VII

#### *PÉNALITÉS*

36. Les droits d'utilisation ainsi que les diverses pénalités pouvant être imposées par le Service sont prévus aux politiques de la Chambre.

### SECTION VIII

#### *RÉTRIBUTION*

37. **Rétribution :** le Service ne fixe ni même ne recommande aucune

34. **Off the market:** to suspend a listing's publishing prior to the expiration date indicated on the brokerage contract, the member shall send a notice to this effect signed by the listing client to the Service in accordance with the terms of Annex A.

*(modified and adopted by the Board of Director, on October 11, 2006)*

This article shall not apply if a brokerage transaction that has been duly accepted by the parties has already been completed on the listed property.

### SECTION VI

#### *EFFECT ON THE LISTING OF THE EXPULSION OR THE SUSPENSION OF A MEMBER OR THE ABANDONMENT OF ITS CERTIFICATE*

35. The listings of a member who is no longer in good standing with the bylaws of the Quebec Federation of Real Estate Boards cease to be published as soon as the Service is notified to that effect.
- 35.1. The listings of a licensed real estate broker who no longer holds a certificate issued by the Association des courtiers et agents immobiliers du Québec shall automatically be removed as soon as the Service is notified to that effect.
- 35.2. In the event of the suspension or expulsion of a member other than a licensed real estate broker, only the contact information of that member shall be removed from the listing as soon as the Service is notified to that effect.
- 35.3. When the cause of the suspension has ceased to exist, the member's listings and contact information shall once again be published by the Service as soon as the Service is notified to that effect.

### SECTION VII

#### *OPERATING CHARGES AND PENALTIES*

36. The applicable rates and the penalties imposed by the Service are determined in accordance with the policies of the Board.

### SECTION VIII

#### *REMUNERATION*

37. **Remuneration:** the Service does not set or even recommend a

## Règlement MLS® MLS® Bylaw

norme quant au montant de rétribution que les membres peuvent percevoir pour les services qu'ils rendent. Il en est de même en ce qui concerne le partage de rétribution entre les courtiers collaborant à une opération de courtage.

38. **Rétribution aux courtiers collaborateurs :** le courtier inscripteur doit indiquer la rétribution offerte aux courtiers collaborateurs excluant la TPS et la TVQ pour chacun des biens faisant l'objet d'une inscription auprès du Service.  
*(modifié et adopté par le conseil le 15 juin 2006)*

39. **Règlement d'un différend :** tout différend entre un courtier inscripteur et un courtier collaborateur relativement à l'application du présent règlement doit être soumis à la conciliation et l'arbitrage, en vertu du règlement de la Fédération des Chambres immobilières du Québec s'y rapportant.

### SECTION IX

#### INFRACTIONS

40. **Infraction :** lorsque le Service a raison de croire qu'une infraction au présent règlement a été commise, il doit immédiatement soumettre tous les renseignements pertinents au Conseil d'administration de la Chambre immobilière concernée.

### SECTION X

#### STATISTIQUES

41. **Statistiques MLS® :** tout membre consent à ce que la Fédération des Chambres immobilières du Québec publie diverses statistiques relatives à l'utilisation et aux opérations de courtage se rapportant aux biens inscrits.
42. **Utilisation des statistiques MLS® :** l'utilisation des statistiques par les utilisateurs doit être faite en respectant la Loi sur le courtage immobilier et ses règlements, la loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé, les droits d'auteur ainsi que les règlements de la Fédération des Chambres immobilières du Québec.

standard with regard to the remuneration rate that members may collect for services rendered. The same is true for shared remuneration among brokers participating in a brokerage transaction.

38. **Selling broker's remuneration:** the listing broker shall indicate the offered remuneration to the selling brokers excluding GST and QST for each property listed with the Service.  
*(modified and adopted by the Board of Directors on June 15, 2006)*

39. **Dispute settlement:** any dispute between a listing broker and a selling broker regarding the application of this Bylaw shall be submitted for conciliation and arbitration under the applicable Bylaw of the Quebec Federation of Real Estate Boards pertaining thereto.

### SECTION IX

#### INFRACTIONS

40. **Infraction:** should the Service have reason to believe that an infraction to the present Bylaw and to the policies adopted pursuant thereto has been committed, it shall immediately submit all relevant information to the Board of Directors of the applicable real estate board.

### SECTION X

#### STATISTICS

41. **MLS® Statistics:** All members consent to the publishing by the Quebec Federation of Real Estate Boards of various statistics pertaining to usage and brokerage transactions on listed properties.
42. **Use of MLS® Statistics:** The use of statistics by users shall at all times comply with the Real Estate Brokerage Act and its regulations, the Act respecting the protection of personal information in the private sector and the By-laws of the Quebec Federation of Real Estate Boards.

**Règlement MLS®  
MLS® Bylaw**

**SECTION XI**

***PUBLICATION ET DISTRIBUTION DES RENSEIGNEMENTS***

43. **Utilisation des renseignements publiés** : l'utilisateur ne doit pas se servir des renseignements fournis par le Service à d'autres fins que celles prévues au présent règlement.

Il ne doit pas fournir à des tiers les renseignements publiés par le Service, ni en permettre l'utilisation à d'autres fins que celles prévues au présent règlement.

**SECTION XI**

***PUBLISHING AND DISTRIBUTION OF INFORMATION***

43. **Use of the published information**: the user shall not use the information provided by the Service for any purpose other than that provided for in the present Bylaw.

The user shall not supply the information published by the Service to third parties nor allow that it be used for purposes other than those provided for in the present Bylaw.

**Règlement MLS®**  
**MLS® Bylaw**

**Annexe A / Annex A**  
**Les délais / The delays**

<p><u>En référence à l'article 17</u></p> <p>Les renseignements pertinents doivent être transmis sans délai avec cinq (5) jours de grâce de la signature dudit contrat de courtage. Le défaut de soumettre les renseignements requis dans les délais précités entraînera la non-conformité de la demande d'inscription.</p> <p><u>En référence à l'article 19</u></p> <p>Durée minimale d'une inscription : la durée minimale d'un contrat de courtage inscrit auprès du Service est de soixante (60) jours.</p> <p><u>En référence à l'article 22</u></p> <p>Modification au contrat de courtage : le membre doit s'assurer que toute modification au contrat de courtage soit publiée sans délai avec trois (3) jours de grâce de la signature du formulaire à cet effet.</p> <p><u>En référence à l'article 26</u></p> <p>Le membre doit se conformer à l'avis de non-conformité reçu du Service à l'intérieur d'un délai de trois (3) jours. Le défaut de se conformer peut entraîner la suspension, le refus ou le rejet de la publication de l'inscription. <i>(modifié et adopté par le conseil le 23 novembre 2007)</i></p> <p><u>En référence à l'article 32</u></p> <p>Avis d'annulation d'une opération de courtage : le courtier inscripteur doit informer le Service, par écrit, de l'annulation d'une opération de courtage sans délai avec trois (3) jours de grâce de ladite annulation.</p> <p><u>En référence à l'article 33</u></p> <p>Prolongation d'une inscription : l'avis de modification prévoyant la prolongation de la période couverte par le contrat de courtage doit être publié sans délai avec trois (3) jours de grâce de la signature du formulaire à cet effet.</p> <p><u>En référence à l'article 34</u></p> <p>Mise hors marché : pour cesser la publication d'une inscription avant la date d'expiration prévue au contrat de courtage, le membre doit transmettre au Service un avis à cet effet signé par le client inscripteur sans délai avec trois (3) jours de grâce de la signature dudit avis par le client.</p>	<p><u>With reference to section 17</u></p> <p>Relevant information must be forwarded without delay, with a five (5) day grace period from the signing of the aforementioned brokerage contract. Failure to submit required information in the prescribed delay will result in a non-compliance of the listing request.</p> <p><u>With reference to section 19</u></p> <p>Minimum duration of a listing: the minimum duration of a brokerage contract listed with the Service is sixty (60) days.</p> <p><u>With reference to section 22</u></p> <p>Amending the brokerage contract: members must ensure that any amendment brought to the brokerage contract is published without delay, with a three (3) day grace period from the signing of the form to that effect.</p> <p><u>With reference to section 26</u></p> <p>The member must comply with the notice of non-compliance sent by the Service within three (3) days. Failure to comply may lead to the suspension, refusal or rejection of the listing's publication. <i>(modified and adopted by the Board of Directors on November 23, 2007)</i></p> <p><u>With reference to section 32</u></p> <p>Notice of cancellation of a brokerage transaction: the listing broker must inform the Service by writing of the cancellation of the brokerage transaction without delay, with a three (3) day grace period from said cancellation.</p> <p><u>With reference to section 33</u></p> <p>Extension of a listing: the notice of amendment allowing for the extension of the period covered by the brokerage contract must be published without delay, with a three (3) day grace period from the signing of the form to that effect.</p> <p><u>With reference to section 34</u></p> <p>Off the market: to cease the publication of a listing prior to the expiration date recorded in the brokerage contract, members must forward to the Service a notice to this effect, signed by the listing client, without delay, with a three (3) day grace period from the client's signing of said notice.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Règlement MLS®**  
**MLS® Bylaw**

**Annexe B / Annex B**

**Les trois points fondamentaux, l'utilisation et l'exécution des marques de commerce MLS®**

**The Three Pillars, usage and enforcement of the MLS® Trade Marks**

*(adopté par le conseil le 23 novembre 2007)*  
*(adopted by the Board of Directors on November 23, 2007)*

<p>Avant qu'une inscription puisse être insérée dans le système MLS® de la FCIQ, cette inscription doit être conforme aux exigences des Règlements de l'ACI, y compris aux trois points fondamentaux et interprétations du MLS®.</p> <p><b>Les trois points fondamentaux du MLS® sont:</b></p> <p><b>Adhésion :</b> Le système MLS® de la FCIQ est accessible uniquement aux membres agréés (AGENTS IMMOBILIERS) et par leur entremise ;</p> <p><b>Contrat de service :</b> une relation contractuelle doit exister pendant la durée du contrat de courtage, et elle comprend la participation professionnelle du membre inscripteur ;</p> <p><b>Rémunération :</b> Il est obligatoire que le membre inscripteur offre une rémunération au membre collaborant à la vente.</p> <p><b>Utilisation des marques de commerce MLS® sont :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Le membre inscripteur doit recevoir et présenter toutes les offres et contre-offres au propriétaire-vendeur.</li><li>2. Le membre inscripteur doit être disponible afin d'offrir des conseils professionnels au propriétaire-vendeur relativement à toute offre d'achat ou contre-offre, sauf instruction contraire écrite de la part du propriétaire-vendeur.</li><li>3. Le simple affichage des renseignements sur la propriété dans un système MLS® est contraire aux Règlements. Il y a « simple affichage » lorsque le contrat de courtage libère le membre inscripteur de toute obligation imposée par les Règlements, y compris celle de l'engagement du membre inscripteur envers le propriétaire-vendeur pendant la durée du contrat de courtage.</li></ol>	<p>In order to be placed on the Board/Association's MLS® system, a listing must comply with CREA's Rules and Regulations, including the Three Pillars of MLS® and the Interpretations.</p> <p><b>The Three Pillars of MLS® are as follows:</b></p> <p><b>Membership:</b> Only licensed members (REALTORS®) may list properties on a Board/Association's MLS® system;</p> <p><b>Service Contract:</b> There must be a continuous relationship during the contract, which includes professional involvement by the listing member;</p> <p><b>Compensation:</b> There must be an offer of remuneration by the listing member to the cooperating member.</p> <p><b>Usage of the MLS® Trade Marks :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. The listing member shall receive and present all offers and counteroffers to the seller.</li><li>2. The listing member shall be available to provide professional advice and counsel to the seller on all offers and counteroffers unless otherwise directed by the seller in writing.</li><li>3. The mere posting of property information in an MLS® system is contrary to the Rules &amp; Regulations. A "mere posting" occurs when the listing agreement relieves the listing member of any obligations under the Rules &amp; Regulations, including the obligation that the listing member must remain the agent of the seller throughout the term of the listing contract.</li></ol>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Règlement MLS®**  
**MLS® Bylaw**

4. Le membre inscripteur est responsable et doit répondre de l'exactitude des renseignements fournis à la chambre ou association dans le but de les inclure au système MLS® de la chambre, et la chambre ou association doit s'assurer que les données qui lui sont fournies répondent à des normes de qualité raisonnables.
5. Seuls les membres sont autorisés à afficher les marques de commerce MLS® sur les panneaux à vendre, dans la publicité, etc.
6. Seuls le nom du ou des membres inscripteurs et leurs coordonnées peuvent paraître sur [sia.ca/mls.ca](http://sia.ca/mls.ca). Le nom du propriétaire-vendeur ou ses coordonnées ne doivent pas paraître sur [sia.ca/mls.ca](http://sia.ca/mls.ca), ni dans la section des commentaires du public sur le système MLS®.
7. Lorsqu'une chambre autorise des inscriptions pour lesquelles le propriétaire-vendeur s'est réservé le droit de vendre la propriété lui-même, ce fait doit être précisé dans la base de données MLS® de la chambre.

**Exécution des marques de commerce MLS® :**

1. Les chambres ou associations doivent assurer la qualité supérieure des inscriptions MLS®. À cet égard, il est recommandé aux chambres et associations de mettre en œuvre un service d'intégrité des données, et de trouver des moyens de promouvoir l'intégrité des données afin d'assurer que les systèmes MLS® à la grandeur du Canada demeurent une source de renseignements fiables.
2. Tous les deux ans, chaque chambre ou association devra soumettre à l'ACI un formulaire attestant sa conformité aux Règlements régissant l'utilisation de MLS® et le fait qu'elle a pris des mesures raisonnables pour assurer que les utilisateurs du système MLS® de sa région se conforment aux Règlements.

4. The listing member is responsible and accountable for the accuracy of information submitted to a Board/Association for inclusion in the Board's MLS® system, and the Board/Association is responsible for ensuring that the data submitted to it meets reasonable standards of quality.
5. Only members are permitted to display the MLS® trade marks in signage, advertising, etc.
6. Only the listing member name(s) and contact information may appear on [mls.ca](http://mls.ca). The seller's name or contact information shall not appear on [mls.ca](http://mls.ca) or in the public remarks section of the MLS® system.
7. In cases where a Board permits listings in which the seller has reserved the right to sell the property himself/herself, that fact shall be specified in the Board's MLS® database.

**Enforcement of the MLS® Trade Marks**

1. Boards/Associations are responsible for assuring that the quality of MLS® listings remains high. In this regard, Boards/Associations are encouraged to implement a Data Integrity Service, and to study ways and means for promoting data integrity to assure that MLS® systems throughout Canada will remain a reliable source of accurate information.
2. Every two years, each Board/Association is required to submit to CREA a form attesting to its compliance with CREA MLS® Rules & Regulations, and that it has taken reasonable measures to ensure that users of the MLS® system in its area have complied with the Rules & Regulations.

**Règlement MLS®  
MLS® Bylaw**

**Politiques d'application / Application Policy**

POLITIQUE NUMÉRO 1 EN RÉFÉRENCE À L'ARTICLE 17

A) **Contrôle qualité** : lorsque le membre soumet le formulaire, il doit transmettre une photocopie du contrat de courtage signé par le client inscripteur. Après le contrôle de qualité effectué par le Service, ladite photocopie est détruite.

B) Tout cas de récidive relativement aux informations radiées par le Service sera sujet à une amende de 100,00 \$ et sera facturée au membre.

POLITIQUE NUMÉRO 2 EN RÉFÉRENCE À L'ARTICLE 26

Le défaut par le courtier inscripteur de se conformer à l'avis de non-conformité entraînera la suspension de la publication de l'inscription.

Une pénalité de 25,00 \$ sera facturée au membre.

POLITIQUE NUMÉRO 3 EN RÉFÉRENCE À L'ARTICLE 36  
DROITS D'UTILISATIONS & PÉNALITÉS

LES DROITS D'UTILISATION ET LES PÉNALITÉS SERONT DÉTERMINÉS PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA FÉDÉRATION DES CHAMBRES IMMOBILIÈRES DU QUÉBEC ET LA CHAMBRE IMMOBILIÈRE.

Les diverses pénalités pouvant être imposées par le service conformément au règlement MLS® sont:

- a) inscription non-conforme - 25,00 \$
- b) avis de vente - 100,00 \$ 3 jours après la signature de l'acte de vente
- c) avis d'annulation - 25,00 \$ 3 jours après l'annulation
- d) amende (récidive, politique 1B) - 100,00 \$

POLICY NUMBER 1 WITH REFERENCE TO SECTION 17

A) **Quality Control**: When a member submits a form, a photocopy of the brokerage contract signed by the listing client must be provided. Once the quality control procedure is completed by the Service, the photocopy is then destroyed.

B) Any repeated event of an offence relating to information that has been stricken by the Service shall be subject to a fine of \$ 100.00 and shall be invoiced to the member.

POLICY NUMBER 2 WITH REFERENCE TO SECTION 26

The failure by the listing broker to comply with a notice of non-compliance shall cause the publication of the listing to be suspended.

A fine of \$ 25.00 shall be invoiced to the member.

POLICY NUMBER 3 WITH REFERENCE TO SECTION 36  
RIGHTS OF USE & PENALTIES

THE RIGHTS OF USE AND PENALTIES SHALL BE ESTABLISHED BY THE BOARD OF DIRECTORS OF THE FÉDÉRATION DES CHAMBRES IMMOBILIÈRES DU QUÉBEC AND THE REAL ESTATE BOARD.

The various penalties which may be imposed by the Service in accordance with the MLS® are:

- a) Non-compliant listing - \$ 25.00
- b) Notice of sale - \$ 100.00 3 days after signing of deed of sale
- c) Notice of cancellation - \$ 25.00 3 days after cancellation
- d) Fine (repeat offense, policy 1B) - \$ 100.00

## Annexe 4

### Statistique Canada (procédure)

Statistique  
CanadaStatistics  
Canada

Canada

[Accueil](#) > [Définitions, sources de données et méthodes](#) >

## Recensement de la population

**Statut :** Active  
**Fréquence :** Quinquennale (5 ans)  
**Numéro d'enregistrement :** 3901

Le recensement décrit les gens, les logements au Canada, selon leurs caractéristiques démographiques, sociales et économiques.

### Information détaillée pour 2006

**Date de la parution** – le 13 mars 2007 au 1er mai 2008 (Diffusions majeures)

- [Questionnaire\(s\) et guide\(s\) de déclaration](#)
- [Aperçu](#)
- [Sources de données et méthodologie](#)
- [Exactitude des données](#)
- [Documentation](#)
- [Fichiers des données](#)

### Aperçu

Statistique Canada a mené le Recensement de la population pour dresser le portrait statistique du Canada et de ses habitants à un jour précis. Le recensement est conçu pour fournir des renseignements sur les logements et sur les caractéristiques démographiques, sociales et économiques des Canadiens.

Le Recensement de la population constitue une source de données fiables pour estimer la population des provinces, des territoires et des municipalités. Les données recueillies par le recensement sont liées à plus de 80 mesures législatives fédérales et provinciales, en plus de servir de base aux fins de la distribution des paiements de transfert fédéraux. Le recensement fournit également des données sur les caractéristiques de la population et des logements au sein de petites régions géographiques ainsi que sur de petits groupes de population afin de soutenir les activités de planification, d'administration, d'élaboration et d'évaluation des politiques des divers paliers de gouvernement, de même que les activités des utilisateurs de données du secteur privé.

Clients : gouvernements fédéral, provinciaux, territoriaux et administrations municipales; bibliothèques; établissements d'enseignement; chercheurs et universitaires; industries du secteur privé; associations de gens d'affaires, organisations syndicales; groupes ethniques et culturels; particuliers; groupes d'intérêt public.

### Sujets

- Diversité ethnique et immigration
- Emploi et chômage
- Estimations et projections démographiques
- Familles, ménages et logement
- Industries
- Langues
- Mondialisation et marché du travail
- Navettage vers le travail
- Peuples autochtones
- Population et démographie
- Professions
- Revenu, pensions, dépenses et richesse
- Travail
- Travail non rémunéré

Éducation, formation et apprentissage

## Sources de données et méthodologie

- [Population cible](#)
- [Élaboration de l'instrument](#)
- [Échantillonnage](#)
- [Sources des données](#)
- [Détection des erreurs](#)
- [Imputation](#)
- [Estimation](#)
- [Évaluation de la qualité](#)
- [Contrôle de la divulgation](#)

## Population cible

Le recensement vise l'ensemble de la population du Canada, qui comprend les citoyens canadiens (par naissance ou par naturalisation), les immigrants reçus et les résidents non permanents ainsi que les membres de leur famille qui vivent avec eux au Canada. Les résidents non permanents sont les personnes qui détiennent un permis d'études ou de travail ou qui revendiquent le statut de réfugié.

Le recensement dénombre également les citoyens canadiens et les immigrants reçus qui sont temporairement à l'extérieur du pays le jour du recensement. Il s'agit, par exemple, des fonctionnaires fédéraux et provinciaux en poste à l'extérieur du Canada, du personnel des ambassades canadiennes à l'étranger, des membres des Forces canadiennes en poste à l'étranger et des Canadiens qui se trouvent à bord de navires marchands et les membres de leur famille. En raison du dénombrement des personnes se trouvant à l'extérieur du pays, le recensement du Canada est un recensement de jure modifié.

## Élaboration de l'instrument

Le processus de détermination du contenu est nécessaire pour chaque recensement et contient les étapes suivantes :

Le processus de consultation est la première étape menant à la détermination du contenu du recensement. En recueillant les besoins en matière de données socioéconomiques des utilisateurs, on peut déterminer la meilleure façon de les satisfaire - à l'aide d'une modification au contenu du recensement ou par le recours à une autre source de données de Statistique Canada.

Les besoins exprimés au cours du processus de consultation sont évalués de façon approfondie en regard des critères susmentionnés. Lorsque des modifications au contenu du recensement sont envisagées, elles doivent être mises à l'essai de façon minutieuse avant d'être introduites.

Dans le cadre du processus de détermination du contenu, Statistique Canada entreprend un vaste programme de mise à l'essai. Les essais qualitatifs (groupes de discussion et entrevues individuelles en profondeur) ainsi que les essais statistiques à grande échelle sont des méthodes utilisées afin de déterminer la qualité des données qui seraient obtenues si les changements proposés étaient apportés au contenu ou à la présentation du questionnaire.

Avant chaque recensement, le Cabinet examine les options relatives au contenu du recensement élaborées par Statistique Canada. Suite à cet examen, les questions du recensement sont, conformément à la Loi sur la statistique, prescrites par le gouverneur en conseil dans un décret publié avec la liste des questions dans la Gazette du Canada, partie I. Le décret renferme en outre une recommandation invitant le gouverneur général en conseil à fixer le mois du recensement.

Pour une description plus complète du processus de consultation du recensement, suivre le lien ci-dessous.

[La consultation en vue du recensement de 2006](#)

## Échantillonnage

Il s'agit d'un recensement avec plan transversal.

Les questions sur l'âge, le sexe, l'état matrimonial, la langue maternelle et le lien avec la Personne 1 sont posées à toute la population. Cependant, la majorité des renseignements du recensement sont recueillis auprès d'un échantillon représentant 20 % de la population à l'aide des questions supplémentaires du questionnaire complet (2B). La plupart des questionnaires complets du recensement sont distribués conformément à la technique de l'échantillonnage, qui consiste à les distribuer à 1 ménage sur 5 dans les régions visées (de sorte que chaque cinquième ménage en reçoive un). Il existe toutefois diverses raisons pour lesquelles il n'y a pas toujours quatre questionnaires abrégés pour chaque questionnaire complet de chaque unité de collecte (antérieurement appelée secteur de dénombrement); par exemple, certains logements sont inoccupés.

Initialement, le coefficient de pondération de chacun des ménages échantillonnés au sein d'une unité de collecte correspond simplement au rapport du nombre total de ménages au nombre de ménages échantillonnés. Cependant, ce poids initial ne nous permet pas de nous assurer que l'échantillon est représentatif de tous les sous-groupes (hommes adultes, par exemple). Pour assurer une estimation cohérente des sous-groupes les plus importants, on utilise une méthode de pondération par régression. Cette méthode consiste à ajuster les poids d'échantillonnage en fonction des chiffres de population des sous-groupes les plus importants à l'échelle de l'unité de diffusion (appelée aire de diffusion) et d'une unité géographique plus importante (appelée région de pondération). La méthode d'estimation permet d'ajuster le poids initial du ménage tout juste assez pour obtenir des estimations pleinement représentatives à partir des données-échantillon.

## Sources des données

Il s'agit d'une enquête à participation obligatoire. Les données sont obtenues directement auprès des répondants.

Cette étape du processus du recensement vise à faire en sorte que les quelque 12,7 millions de ménages du Canada, soit environ 32,5 millions de personnes, soient dénombrés. Les activités et les règles régissant son exécution peuvent être groupées sous les en-têtes suivants :

- Prospection des îlots et prospection tardive des îlots
- Méthodes de livraison des questionnaires du recensement
- Méthodes de compléter les questionnaires
- Logements collectifs - Dénombrements et méthodes de collecte

Pour une description des préparatifs et des méthodes de livraison du recensement, suivre le lien « Documentation complémentaire (en format PDF) » ci-dessous.

Voir le(s) [Questionnaire\(s\) et guide\(s\) de déclaration](#)

[Documentation complémentaire](#)

## Détection des erreurs

Traitement des données du recensement :

Cette étape des activités du recensement consiste à assurer le dépouillement de tous les questionnaires remplis par les répondants, depuis la saisie des données des questionnaires sur support papier et l'intégration des données rassemblées électroniquement jusqu'à la constitution d'une base de données d'extraction exacte et complète. La base de données finale est transférée au Projet d'évaluation de la qualité des données en vue de la détermination de la qualité globale des données et au Projet de la diffusion, en vue de la production et de la commercialisation des produits et services du Recensement de 2006.

Le traitement des données du recensement comporte cinq activités principales :

- réception et enregistrement (référer au lien « Documentation complémentaire » ci-dessous)

- imagerie et saisie des données des questionnaires sur support papier (référer au lien ci-dessous)
- contrôle et suivi des questionnaires rejetés au contrôle (référer au lien ci-dessous)
- codage automatisé (référer au lien ci-dessous)
- contrôle et imputation (voir Imputation)
- pondération (voir Estimation)

### Documentation complémentaire

## **Imputation**

### Contrôle et imputation :

Les données recueillies lors d'une enquête ou d'un recensement contiennent des omissions ou des incohérences, que ce soit parce que le répondant a sauté une question ou parce qu'une erreur s'est produite lors du traitement. Un répondant peut, par exemple, refuser de fournir une réponse, ne pas se rappeler la bonne réponse ou mal comprendre une question. Le personnel du recensement peut, quant à lui, mal coder une réponse ou commettre d'autres erreurs pendant le traitement.

Une fois la saisie, le contrôle et les corrections de l'intégralité et de la couverture, ainsi que les opérations de codage terminés, les données sont traitées à la dernière étape du contrôle et de l'imputation, étape qui est presque entièrement automatisée. Le processus de contrôle vise à détecter les erreurs et celui de l'imputation à les corriger.

Une série de règles de contrôle détaillée qui identifient toute réponse absente ou contradictoire est alors appliquée. Les réponses absentes ou contradictoires sont corrigées la majeure partie du temps en changeant le moins possible la valeur d'une variable au moyen de l'imputation. L'imputation fait appel aux méthodes « déterministe » et/ou celle du changement minimum par variable repère « hot deck ». Pour l'imputation déterministe, les erreurs sont corrigées en inférant la valeur appropriée de réponse à partir des réponses à d'autres questions. Pour l'imputation « hot deck » de changement minimum, un enregistrement ayant certaines caractéristiques en commun avec l'enregistrement erroné est choisi. Les données de cet enregistrement « donneur » sont empruntées et employées pour changer le nombre minimum de variables nécessaires à la résolution de tous les rejets au contrôle.

La méthodologie d'imputation du plus proche voisin (MIPPV), élaborée dans le cadre du Recensement de 1996 pour contrôler et imputer les caractéristiques démographiques de base telles que l'âge, le sexe, l'état matrimonial, l'union libre et le lien avec la Personne 1, a été étendue et mise en application au moyen d'un nouveau système générique pour le Recensement de 2001, le Système CANadien de contrôle et d'imputation du Recensement (SCANCIR), système sur plate-forme serveur-OP et non plus système sur plate-forme serveur central pour contrôler et imputer les variables démographiques (âge, sexe, état matrimonial, union libre et relation avec la Personne 1), mobilité, travail, lieu de travail et transport.

Comme par les années précédentes, le Recensement de 2006 a étendu la portée du SCANCIR à d'autres variables afin d'inclure toutes les variables du Recensement de 2006. Ceci permet d'avoir un contrôle de données plus étendu et exact évitant ainsi leur traitement en ayant recours à la méthode d'imputation « hot deck », réduisant ainsi les changements au minimum.

## **Estimation**

### Pondération :

Les questions sur l'âge, le sexe, l'état matrimonial, la langue maternelle et le lien avec la Personne 1 sont posées à toute la population. Cependant, la majorité des renseignements du recensement sont recueillis auprès d'un échantillon représentant 20 % de la population à l'aide des questions supplémentaires du questionnaire 2B. La « pondération » sert à reporter les renseignements obtenus auprès de l'échantillon de 20 % de la population sur l'ensemble de celle-ci.

La méthode de pondération permet d'obtenir des estimations représentatives à 100 % à partir de données-échantillon de même qu'à maximiser la qualité des estimations de l'échantillon.

La méthode de pondération du Recensement de 2006, dite d'estimation par calage, sera la même que pour le Recensement de 2001. Il s'agit d'appliquer des facteurs de pondération initiaux d'environ 5, qu'on ajustera selon le plus petit nombre possible requis pour mieux faire correspondre les estimations de l'échantillon (p. ex., le nombre d'hommes, le nombre de personnes âgées de 15 à 19 ans, etc.) aux chiffres de population selon l'âge, le sexe, l'état matrimonial, la situation vis-à-vis l'union libre et le ménage.

La pondération est la dernière étape de traitement à franchir dans la production de la base de données définitive du Recensement de 2006, qui sera la source de données de l'ensemble des publications, des totalisations et des produits personnalisés.

## Évaluation de la qualité

Au cours des diverses étapes du recensement, tout est mis en oeuvre pour assurer l'obtention de résultats de qualité supérieure. À l'étape de l'évaluation de la qualité des données, on détermine la qualité globale des données du recensement. Bien que des normes de qualité rigoureuses soient établies pour la collecte et le dépouillement des données et que l'on s'efforce de réduire la non-réponse à l'aide, par exemple, du programme de communications, il est impossible d'éliminer toutes les erreurs. Aussi, on évalue la qualité des données afin de fournir aux utilisateurs des renseignements sur la fiabilité des données, d'améliorer la qualité des données des recensements subséquents.

## Contrôle de la divulgation

La Loi interdit à Statistique Canada de rendre publique toute donnée susceptible de révéler de l'information obtenue en vertu de la Loi sur la statistique et se rapportant à toute personne, entreprise ou organisation reconnaissable sans que cette personne, entreprise ou organisation le sache ou y consente par écrit. Diverses règles de confidentialité s'appliquent à toutes les données diffusées ou publiées afin d'empêcher la publication ou la divulgation de toute information jugée confidentielle. Au besoin, des données sont supprimées pour empêcher la divulgation directe ou par recoupement de données reconnaissables.

Chaque produit diffusé est soumis à des procédures élaborées en vue d'éviter la possibilité qu'on puisse associer les données statistiques à une personne identifiable; les données font l'objet d'un arrondissement aléatoire ou sont supprimées pour certaines régions géographiques. La méthode de l'arrondissement aléatoire consiste à arrondir de façon aléatoire (vers le haut ou vers le bas) tous les chiffres d'une totalisation, y compris les totaux, à un multiple de 5 et, dans certains cas, à un multiple de 10. Cette méthode est très efficace pour prévenir les risques de divulgation directe, de déduction par regroupement et de divulgation par soustraction, sans augmenter de façon significative l'erreur des données du recensement. Toutefois, les chiffres de population ne sont pas arrondis puisqu'ils ne fournissent aucun renseignement sur les caractéristiques de segments de la population.

La suppression des données sur des régions consiste à éliminer les données relatives aux caractéristiques des populations dont la taille se situe en deçà d'un chiffre donné. Par exemple, toutes les données pour les régions géographiques normalisées et non normalisées comptant une population totale de moins de 40 personnes sont supprimées. Si les données comportent une répartition des revenus, les régions comptant une population de moins de 250 personnes sont supprimées. À l'échelle des codes postaux, les données pour les trois premiers caractères du code postal, soit les régions de tri d'acheminement, sont supprimées selon une règle de 40 personnes. Les données pour les six caractères du code postal, soit les unités de distribution locale, sont supprimées selon une règle de suppression de 100 personnes. Dans tous les cas, les données supprimées sont incluses dans les totaux partiels et complets aux niveaux d'agrégation supérieurs appropriés.

## Exactitude des données

Même si plusieurs facteurs, comme ceux qui sont décrits à la rubrique Détection des erreurs, peuvent avoir une incidence sur l'exactitude des données du recensement, c'est l'ampleur du sous-dénombrement (personnes oubliées dans la population totale) qui influe en premier lieu sur

l'exactitude des chiffres et des données du recensement. Le chiffre de 31 612 897 personnes dans 12 506 814 logements dénombrés au recensement n'inclut pas les personnes résidant dans des logements qui ont été oubliés au cours du dénombrement ni les personnes oubliées par erreur dans les questionnaires des logements ayant participé au recensement. (Le chiffre des logements inclut les logements privés occupés et les logements collectifs, ainsi que les réponses reçues de l'extérieur du Canada. Il exclut les logements inoccupés et les logements occupés uniquement par des résidents étrangers ou temporaires.) À l'échelle nationale, le taux définitif de sous-dénombrement net du Recensement de 2006 est de 2,8 %, comparativement à 3,1 % pour le Recensement de 2001. Le sous-dénombrement net du recensement varie d'une province et d'un territoire à l'autre et d'un groupe d'âge à l'autre.

Le taux de réponse au recensement a également une incidence sur la qualité des données. Ainsi, le chiffre de population susmentionné comprend 30 679 721 personnes dénombrées dans 12 071 390 logements qui ont rempli le questionnaire. Le nombre restant de personnes incluses dans le chiffre du recensement, soit 933 176 personnes imputées dans 435 424 logements, a été estimé à partir des résultats d'une enquête-échantillon visant des logements qui ont été repérés au recensement, mais pour lesquels aucun questionnaire n'a été retourné. Le taux de réponse global peut être calculé comme  $12\,071\,390/12\,506\,814$ , correspondant à 96,5 %. Alors que ce pourcentage est légèrement moins élevé qu'au Recensement de 2001, la méthodologie sous-jacente à ce dernier ajustement diffère de celle utilisée en 2001, ce qui signifie que les taux de réponse pour les recensements de 2001 et de 2006 ne peuvent pas être directement comparés.

On procède, dans le cadre des activités de diffusion, à une évaluation de la qualité, de la comparabilité et des limites des données du Recensement de 2006. Avant la diffusion, la qualité de toutes les variables est attestée au moyen d'un ensemble de courtes études conçues pour déterminer si les données sont cohérentes avec celles des recensements antérieurs et celles qui sont tirées d'autres sources de données. La qualité des données est en outre mesurée à l'aide d'études d'évaluation. Ces études donnent des indications de la qualité des données du recensement fondées sur l'incidence des sources d'erreurs possibles (p. ex., erreurs de couverture, erreurs de réponse, erreurs dues à la non-réponse, erreurs de dépouillement et erreurs d'échantillonnage) sur les variables individuelles.

## Documentation

- [Recensement de la population \(2006\) : Nouveautés](#)
- [Site Internet du recensement \(2006\)](#)

## Fichiers des données

Non spécifié: [Santé FCCP + - version 3J](#)

Non spécifié: [Santé FCCP + - version 4J](#)

Non spécifié: [Santé FCCP + - version 5D](#)

Date de modification :  
2007-06-27