

4 Canadiens sur 5 déclarent que l'accession à la propriété est désormais un luxe, suite à une nouvelle enquête qui révèle l'impact de la crise du logement sur la qualité de vie

Your publication date and time will appear | Source: [Habitat pour l'humanité](#)
here. [Canada](#)

Share



Les effets de la crise pèsent lourdement sur les Canadiens : Habitat pour l'humanité

- 82 % des Canadiens craignent que la crise du logement ait un impact sur leur santé et leur bien-être.
- 78 % pensent que l'incapacité à posséder un logement contribue à l'écart de richesse au Canada
- 66 % des Canadiens de la génération Z ont envisagé de retarder la fondation d'une famille parce qu'ils n'avaient pas les moyens d'acheter un logement qui leur convenait

TORONTO, 12 nov. 2024 (GLOBE NEWSWIRE) -- [Habitat pour l'humanité Canada](#), la seule organisation nationale d'accession à la propriété abordable au pays, a publié sa troisième enquête annuelle sur le logement abordable, révélant l'attitude des Canadiens à l'égard de la disparité envers l'accession à la propriété et de l'aggravation de la crise du logement au pays. **La grande majorité des Canadiens (84 %) affirment maintenant que l'achat d'un logement semble être un luxe et 88 % des locataires affirment que l'objectif de devenir propriétaire d'un logement au Canada est devenu hors de portée.**

L'enquête de cette année se penche sur les implications plus larges de la crise du logement au Canada, y compris son impact sur la santé mentale et le bien-être, de même que sur le fossé économique et générationnel qui se creuse :

- Si la plupart des Canadiens (58 %) reconnaissent que la classe moyenne existe toujours au Canada, la majorité (82 %) craint que le manque de logements abordables ne contribue à la contraction de la classe moyenne.
- La majorité des Canadiens (74 %) reconnaissent que les communautés sont fragmentées par le manque de logements appropriés pour les personnes à revenu faible ou moyen.
- Plus de la moitié des Canadiens (59 %) craignent de devoir sacrifier d'autres

besoins essentiels comme la nourriture, les produits de première nécessité, les vêtements et l'éducation pour pouvoir payer leur loyer ou leur hypothèque.

- Quatre personnes sur dix estiment que le **stress lié à l'impossibilité d'acheter un logement est difficile à gérer (41 %)**.
- Parmi celles qui possèdent un logement, **39 % pensent que le coût de leur hypothèque a un impact sur leur santé mentale et leur bien-être**.

Les principales conclusions de l'enquête sur la génération Z et la génération Y :

- Les deux tiers des Canadiens de la **génération Z (66 %) et près de la moitié de la génération Y (48 %) ont envisagé de retarder le moment de fonder une famille** parce qu'ils n'avaient pas les moyens d'acheter un logement qui leur convenait.
- Quatre membres sur dix de la génération Z (44 %) et de la génération Y (40 %) déclarent avoir moins d'occasions d'emploi parce qu'ils ont dû déménager dans une région plus abordable.
- Près d'un tiers des Canadiens **de la génération Y (29 %) et de la génération Z (25 %) envisageraient de s'installer dans un autre pays** pour trouver un logement abordable.
- La génération Z est plus préoccupée que toute autre génération par le fait d'épargner suffisamment d'argent pour effectuer un versement initial sur un logement (73 %).

Dans le même temps, d'une année sur l'autre, les résultats continuent de montrer que les **Canadiens accordent une valeur toujours plus grande à l'accession à la propriété**, la grande majorité d'entre eux estimant que l'accession à la propriété peut créer plus de stabilité dans la vie (87 %), renforcer l'avenir financier (86 %) et conduire à un meilleur avenir pour les enfants (81 %).

« Les Canadiens envoient un message clair : la crise du logement n'est plus seulement une question à propos du logement », déclare Pedro Barata, président-directeur général d'Habitat pour l'humanité Canada. « C'est particulièrement vrai pour les jeunes Canadiens, qui repensent ou retardent des décisions importantes de leur vie pour accéder à la propriété, ce qui marque d'un impact profond et durable les générations futures et la société dans son ensemble. »

« Bien que l'accession à la propriété soit hors de portée d'un grand nombre de personnes, les Canadiens continuent de croire à ses avantages. L'accession à la propriété ne peut pas seulement être le privilège des riches ou de quelques chanceux », ajoute M. Barata. « Chez Habitat, nous voyons le changement transformationnel qui se produit lorsque des familles deviennent propriétaires de leur logement, à un prix abordable. La sécurité et la tranquillité d'esprit sont bénéfiques pour leur santé, les occasions financières et les investissements dans leur communauté. Nous en profitons tous ».

Lors des prochaines élections fédérales, les partis politiques devront reconnaître que les Canadiens expriment manifestement la nécessité de s'attaquer à la crise du logement en collaboration, révèle l'enquête, les Canadiens estimant que **la résolution de la crise devrait être une question non partisane (75 %)**.

Si les Canadiens sont pessimistes quant aux objectifs du gouvernement fédéral en matière de logement, ils sont d'autre part convaincus de la nécessité d'offrir aux gens un parcours d'accession à la propriété de leur logement :

- La plupart des Canadiens (68 %) pensent qu'il est peu probable que le gouvernement fédéral atteigne son objectif de construire 3,87 millions de nouveaux logements d'ici 2031.
- Interrogés sur les actions que les gouvernements devraient mettre en branle prioritairement pour résoudre la crise du logement, **les Canadiens ont privilégié la réduction des frais et des taxes pour les acheteurs (64 %), la création de programmes visant à encourager l'accession à la propriété à un prix abordable (46 %) et la conversion des espaces inutilisés en logements (44 %).**

« Aider les Canadiens à accéder à la propriété à un prix abordable est essentiel pour lutter contre la crise du logement et devrait être une priorité des politiques publiques », ajoute M. Barata. « Habitat est au cœur de la réponse à ce défi du logement. En utilisant les outils dont nous disposons aujourd'hui et en jouant un rôle actif dans la conduite de changements systémiques, nous rassemblons les gens pour construire des communautés fortes et inclusives basées sur l'égalité des chances de chacun de posséder son propre logement si tel est son désir ».

Pour plus d'informations sur l'enquête, consultez le site habitat.ca/en/news/2024housingurvey. Pour en savoir plus sur les programmes d'Habitat Canada et les revendications que l'organisme met de l'avant, visitez le site habitat.ca.

À propos de l'enquête

Habitat pour l'humanité Canada a demandé à Léger de sonder 1 510 Canadiens, âgés de 18 ans et plus, entre le 22 août et le 2 septembre 2024, à l'aide du panel en ligne de Léger. Aucune marge d'erreur ne peut être associée à un échantillon non probabiliste (dans le cas présent, un panel en ligne). À des fins de comparaison, un échantillon probabiliste de 1 000 répondants aurait une marge d'erreur de $\pm 2,5$ %, 19 fois sur 20.

À propos d'Habitat pour l'humanité Canada

Fondé en 1985, Habitat pour l'humanité Canada est un organisme de bienfaisance national qui rassemble les collectivités pour aider les familles à devenir plus fortes, plus stables et plus indépendantes grâce à l'accession à la propriété à un prix abordable.

[Le programme national d'accession à la propriété à prix abordable](#) d'Habitat, unique en son genre, permet aux familles éligibles à revenu faible ou modéré d'acheter un logement à sa juste valeur marchande grâce à un prêt hypothécaire abordable. Grâce au soutien généreux des donateurs et des bénévoles, et en travaillant avec 45 habitats locaux dans chaque province et territoire, nous établissons une fondation solide pour une vie meilleure et plus saine.

Habitat pour l'humanité Canada est membre d'Habitat pour l'humanité International, créé en 1976 et qui est devenu un organisme mondial à but non lucratif de premier plan, avec une présence dans plus de 70 pays. Pour plus d'informations, veuillez visiter habitat.ca et nous suivre sur le réseau social @HabitatCanada.

À propos de Léger

Léger est la plus grande société d'études de marché et d'analyse appartenant à des intérêts canadiens, avec plus de 600 employés dans huit bureaux au Canada et aux États-Unis. Léger travaille avec des clients prestigieux depuis 1986.

Contacts médias

Christina Vanin, The Edit PR : christina@theeditcanada.com, (416) 904-3086

Jennifer Fowler, directrice des communications, Habitat pour l'humanité Canada : jfowler@habitat.ca, (437) 317-8581

Une photo accompagnant cette annonce est disponible à l'adresse suivante :

<https://pr.globenewswire.com/FileDownloader/DownloadFile?source=prn&fileGuid=cfcf939f-4af0-4cb7-b8ad-508c5159d38a>



L'enquête d'Habitat pour l'humanité révèle l'importance de l'accession à la propriété à un prix...

Habitat pour l'humanité Canada