



Les nouveaux produits hypothécaires :
entre accessibilité et endettement

Rapport réalisé par Option consommateurs
et présenté

au Bureau de la consommation d'Industrie Canada

2009
(version révisée)

OPTION CONSOMMATEURS

MISSION

Option consommateurs est une association à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir et de défendre les droits et les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés.

HISTORIQUE

Issue du mouvement des associations coopératives d'économie familiale (ACEF), et plus particulièrement de l'ACEF de Montréal, Option consommateurs existe depuis 1983. En 1999, elle a regroupé ses activités avec l'Association des consommateurs du Québec (ACQ) qui existait depuis plus de 50 ans et accomplissait la même mission qu'Option consommateurs.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Option consommateurs compte sur une équipe d'une trentaine d'employés qui oeuvre au sein de cinq services : le Service budgétaire, le Service d'efficacité énergétique, le Service juridique, le Service d'agence de presse et le Service de recherche et de représentation. Au cours des ans, Option consommateurs a notamment développé une expertise dans les domaines des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales, de l'endettement et de la protection de la vie privée. Chaque année, nous rejoignons directement entre 7000 et 10 000 de consommateurs, accordons de nombreuses entrevues aux médias, siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires et produisons notamment des rapports de recherche, des mémoires et des guides d'achat dont le guide *Jouets* du magazine *Protégez-Vous*.

MEMBERSHIP

Pour faire changer les choses, les actions d'Option consommateurs sont multiples : recherches, recours collectifs et pressions auprès des instances gouvernementales et des entreprises. Vous pouvez nous aider à en faire plus pour vous en devenant membre d'Option consommateurs au www.option-consommateurs.org.

REMERCIEMENTS

Cette recherche a été coordonnée par Geneviève Reed, et réalisée par Jean-François Vinet, qui en a rédigé le rapport.

L'auteur remercie la firme de sondage Environics, en particulier M. Derek Leebosh pour l'avoir aidé à élaborer le questionnaire. Il remercie également les nombreux représentants de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, du ministère des Finances, du Bureau de la consommation d'Industrie Canada, de la Société canadienne d'hypothèques et de logement qui ont répondu à ses nombreuses interrogations tout au long de cette recherche.

Option consommateurs remercie le ministère de l'Industrie du Canada pour l'aide financière accordée à ce projet de recherche. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

La reproduction d'extraits limités du texte de ce rapport est permise, à condition d'en mentionner la source. Sa reproduction ou toute allusion à son contenu à des fins publicitaires ou lucratives est toutefois strictement interdite.

Dépôt Légal

Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

ISBN 978-2-923522-42-5

Option consommateurs

Siège social
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 604
Montréal (Québec) H2K 1C3

Téléphone : 514 598-7288
Télécopieur : 514 598-8511
Adresse électronique : info@option-consommateurs.org
Site Internet : www.option-consommateurs.org

Bureau d'Ottawa
1, rue Nicholas, bur. 1210
Ottawa (Ontario) K1N 7B7

Téléphone : 613 244-2111
Télécopieur : 613 244-5777

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

À partir des années 1990, les changements apportés au régime de garantie de l'assurance hypothécaire par le gouvernement fédéral ont permis aux Canadiens d'avoir accès à de nouveaux produits hypothécaires. On pense notamment aux prêts requérant une faible mise de fonds et aux prêts à amortissement prolongé. Ces nouveaux produits financiers ont permis à des Canadiens plus jeunes ayant accumulé peu d'épargne et à des Canadiens moins fortunés d'acheter une propriété à crédit, ce qui aurait été impossible auparavant. À cela s'ajoutent, entre autres, les prêts hybrides où une marge de crédit accompagne le prêt hypothécaire.

À la lumière de cette recherche, nous constatons que l'achat d'une propriété est un exercice complexe qui oblige les premiers acheteurs à assimiler, en peu de temps, une quantité importante d'information. D'ailleurs, pour les néophytes du monde bancaire, les expressions utilisées pour définir les caractéristiques des produits hypothécaires sont difficiles à comprendre.

De plus, un sondage effectué par la firme Environics pour le compte d'Option consommateurs indique que les consommateurs de 18 à 29 ans et les ménages qui gagnent un revenu de moins de 60 000 \$ par an ont plus de mal que les autres groupes de la population à comprendre les caractéristiques de ces produits. En ce sens, Option consommateurs croit que l'on doit favoriser l'éducation en matière financière spécialement pour ces groupes qui ont, désormais, plus facilement accès au crédit hypothécaire.

Les consommateurs canadiens ont été friands du crédit disponible par le biais des nouveaux produits hypothécaires. L'une des conséquences de cet engouement est que leur niveau d'endettement est monté en flèche. Alors qu'ils avaient globalement emprunté 250 milliards de dollars en crédit hypothécaire en 1990, cette somme s'élevait à près de 800 milliards de dollars en 2007.

Certes, le crédit hypothécaire a permis à de nombreux Canadiens d'accéder à la propriété, ce qui est fort louable. Par contre, les dettes qu'ils ont accumulées les rendent plus vulnérables à une augmentation des taux d'intérêt. Selon nous, cette vulnérabilité accrue soulève un questionnement concernant l'objectif vers lequel doivent tendre les politiques publiques en matière d'habitation. Autrement dit, les politiques publiques doivent-elles continuer à favoriser

l'accès à la propriété en augmentant l'accessibilité au crédit hypothécaire? Voilà une question à laquelle Option consommateurs n'a pas encore trouvé de réponse.

Ce projet de recherche a permis d'analyser trois nouveaux produits hypothécaires et de sonder les connaissances des Canadiens. À la lumière des résultats, Option consommateurs émet les recommandations suivantes :

Aux consommateurs

Option consommateurs recommande de s'informer au chapitre des prêts hypothécaires en faisant appel aux guides publiés par des organisations de consommateurs et par le biais des agences gouvernementales qui ont pour mission d'informer les Canadiens en matière financière.

Option consommateurs recommande d'être prudent relativement à l'utilisation des nouveaux produits hypothécaires et rappelle l'importance d'épargner avant d'acheter une propriété.

Option consommateurs recommande d'être vigilants lorsqu'une institution financière calcule leur capacité d'emprunt. En effet, le mode de calcul ne tient pas compte de la situation globale du ménage ainsi que de ses projets comme de s'acheter une nouvelle voiture, d'avoir des enfants, de voyager ou même de rénover leur habitation.

À l'agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

Option consommateurs recommande d'offrir, en collaboration avec les associations de consommateurs, des formations de groupe pour aider les consommateurs à acheter leur première maison.

Option consommateurs recommande de mieux se faire connaître des Canadiens.

Option consommateurs recommande de mettre des vidéos éducatives sur les produits hypothécaires à la disposition des consommateurs sur son site Internet.

Option consommateurs recommande d'indiquer sur ses publications électroniques que l'information écrite a été révisée, le cas échéant, par des experts en lisibilité.

Option consommateurs recommande de développer un outil permettant aux consommateurs de déterminer un seuil d'endettement raisonnable relativement au crédit hypothécaire.

Option consommateurs recommande de développer un outil permettant de calculer le taux d'intérêt implicite de la somme d'argent qui est remise en « cadeau » lorsqu'un consommateur s'engage à prendre un prêt hypothécaire à taux fixe pour une période allant de 5 à 7 ans auprès d'une institution financière.

Option consommateurs recommande, à la lumière des résultats de notre sondage, de poursuivre ses efforts d'éducation financière pour rejoindre et informer les ménages à plus faible revenu et les jeunes de 18 à 29 ans.

Au gouvernement fédéral

Option consommateurs recommande de profiter de la prochaine révision de la *Loi sur les banques* pour obliger les institutions financières qui relèvent de sa compétence à distribuer systématiquement un guide pour l'achat d'une propriété lorsqu'un nouvel acheteur se présente en succursale. Ce guide, réalisé indépendamment de l'institution financière, devrait être rédigé par l'Agence de la consommation en matière financière, en collaboration avec les associations de consommateurs.

Option consommateurs recommande d'analyser si les institutions financières prêtent de manière excessive à certains Canadiens. Cette pratique peut fragiliser démesurément la santé financière des Canadiens et la stabilité économique du pays.

Option consommateurs recommande d'encadrer davantage les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds et les prêts amortis sur de longues périodes.

Option consommateurs recommande d'encadrer les prêts avec remise en argent et d'obliger les institutions financières à en divulguer plus clairement le coût.

Aux institutions financières et leurs représentants

Option consommateurs recommande de publier les coordonnées de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada sur leurs sites Internet et dans leurs brochures.

TABLE DES MATIÈRES

OPTION CONSOMMATEURS	II
REMERCIEMENTS.....	III
RÉSUMÉ EXÉCUTIF	IV
TABLE DES MATIÈRES	8
INTRODUCTION.....	10
1. L'ACHAT D'UNE MAISON : UN EXERCICE COMPLEXE.....	14
1.1 MISE EN SITUATION : LE CAS DE DIANE	14
1.2 LA RENCONTRE AVEC UN CONSEILLER HYPOTHÉCAIRE.....	14
1.3 LE VOCABULAIRE DU MARCHÉ DES PRÊTS HYPOTHÉCAIRES.....	15
1.4 LE PRÊT EST ACCEPTÉ : LES DIFFÉRENTES OPTIONS DE DIANE	17
2. LE MARCHÉ CANADIEN DES PRÊTS HYPOTHÉCAIRES.....	20
3. LE CADRE JURIDIQUE CANADIEN.....	23
3.1 LA LOI SUR LES BANQUES.....	23
4. LES ORGANISMES GOUVERNEMENTAUX.....	25
4.1 LA SOCIÉTÉ CANADIENNE D'HYPOTHÈQUES ET DE LOGEMENT	25
4.2 AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	26
4.2.1 <i>Commentaires sur l'information relative aux prêts hypothécaires présentée sur le site de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)</i>	29
5. QU'EST-CE QU'UN PRÊT HYPOTHÉCAIRE ?	32
5.1 DÉFINITION GÉNÉRALE	32
5.2 PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES PRODUITS HYPOTHÉCAIRES.....	33
5.2.1 <i>Les types de prêts hypothécaires</i>	33
5.2.2 <i>La période d'amortissement</i>	36
5.2.3 <i>Le terme</i>	37
5.2.4 <i>Le taux d'intérêt</i>	38
5.2.5 <i>La fréquence des versements</i>	39
5.2.6 <i>Mise de fonds</i>	41
5.2.7 <i>Assurance prêt hypothécaire</i>	41
5.2.8 <i>Cote de solvabilité</i>	42
6. L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX PRODUITS HYPOTHÉCAIRES	45
6.1 DEUX IMPORTANTES MODIFICATIONS LÉGISLATIVES	45
6.2 UNE SITUATION PARADOXALE	46
6.3 LES INNOVATIONS FINANCIÈRES	50
6.4 UNE POPULATION PLUS ENDETTÉE	52
6.5 DE NOUVEAUX PRODUITS HYPOTHÉCAIRES.....	54
6.5.1 <i>Les prêts hypothécaires assurés requérant une faible mise de fonds</i>	55
6.5.2 <i>Les prêts hypothécaires avec remise en argent</i>	57
6.5.3 <i>Les prêts hypothécaires à amortissement prolongé</i>	61
6.5.5 <i>La marge de crédit hypothécaire</i>	63
7. SONDAGE : ÉVALUER LES CONNAISSANCES DES CANADIENS.....	68
7.1 MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE.....	68
7.2 PROFIL DES RÉPONDANTS DU SONDAGE	69

7.3 ANALYSE DES RÉSULTATS SIGNIFICATIFS	75
7.4 CONCLUSION SUR LES RÉSULTATS DU SONDAGE	94
8. CONCLUSION.....	96
BIBLIOGRAPHIE	101
ANNEXE 1 : GLOSSAIRE DE LA BANQUE ROYALE.....	107
ANNEXE 2 : RÉSULTATS BRUTS DU SONDAGE.....	115

INTRODUCTION

De 1998 à 2007, au Canada, le prix¹ moyen des propriétés est passé de 150 000 \$ à plus de 300 000 \$². Il s'agit d'une augmentation annuelle d'environ 7 % qui s'avère trois fois plus élevée que le taux d'inflation ciblé par la Banque du Canada (2 %)³. Pourtant, la croissance exponentielle du prix des maisons n'a pas empêché les ménages canadiens de devenir de plus en plus propriétaires. En effet, de 1998 à 2006, le taux de propriétaires-occupants est passé de 64 % à plus de 68 % ce qui représente l'une des croissances les plus rapides depuis 1971.

Paradoxalement, le salaire médian des Canadiens stagne. Selon Statistiques Canada, si l'on tient compte de l'inflation, leur revenu médian a augmenté de 53 \$ entre 1980 et 2005. Et, même si l'on examine les statistiques qui concernent le revenu médian des Canadiens en dollars courants pendant la même période, cette augmentation est de loin inférieure à l'augmentation du prix en dollars courants des propriétés.

Certes, certains facteurs sociodémographiques et économiques permettent d'expliquer l'engouement des Canadiens pour la propriété. On pense au vieillissement de la population, à la croissance de l'emploi, au taux hypothécaire relativement faible, à l'augmentation du prix des logements locatifs dans les centres urbains, etc.

Cependant, ces facteurs ne peuvent, à eux seuls, expliquer comment une population bénéficiant de gains salariaux relativement faibles peut acheter des propriétés dont le prix grimpe à une vitesse rapide et constante depuis plus de 10 ans. Pour répondre à ce mystère, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) affirme que : *les*

¹ Calculé selon le prix moyen vendu par le Service inter-agence de l'Association canadienne de l'immeuble.

² Données tirées de la figure 4-6 de l'Observateur du logement au Canada 2008. Le rapport est mis à jour annuellement par la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

³ Certes, cette statistique occulte les disparités régionales, urbaines, rurales, etc., et nous savons que les provinces de l'Ouest du pays ont connu une augmentation du prix des propriétés plus forte que dans les provinces de l'Est. Cependant, l'augmentation du prix des propriétés au Canada est une tendance de fond qui a marqué le paysage économique national de 1998 jusqu'à tout récemment, avant la crise financière.

*innovations introduites sur le marché financier ont également facilité l'accès aux logements pour propriétaire-occupant.*⁴

Parmi les innovations ayant facilité l'accès aux logements, mentionnons les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds et les prêts hypothécaires à amortissement prolongé. Les institutions financières ont aussi développé de nouveaux produits financiers, comme les marges de crédit hypothécaire qui facilitent aussi l'accès au crédit.

L'apparition de ces nouveaux produits hypothécaires soulève de nombreuses questions. Quelles sont leurs principales caractéristiques ? Quels en sont leurs avantages et leurs inconvénients ? Est-ce que les consommateurs comprennent les caractéristiques de ces produits ? Cette recherche a donc pour objectif d'en connaître davantage sur les nouveaux produits hypothécaires et pour tenter de répondre à ces questions, nous avons divisé la recherche en trois sections.

Dans la première section, on a préalablement identifié les difficultés rencontrées par une consommatrice fictive qui désire s'acheter une propriété en faisant appel au crédit hypothécaire. Puis, on a sommairement analysé les principaux acteurs canadiens qui vendent des produits hypothécaires et qui les encadrent.

Dans la deuxième section de la recherche, nous avons brièvement dressé l'historique de la vente des prêts hypothécaires au Canada et défini ce qui caractérise les produits hypothécaires traditionnels. Ensuite, nous avons analysé le contexte économique qui a favorisé l'éclosion de nouveaux produits hypothécaires. Enfin, nous avons examiné les caractéristiques des produits hypothécaires qui relèvent des récentes innovations financières. Nous avons examiné les avantages et les inconvénients de chaque produit identifié.

Finalement, à la troisième section de la recherche, nous avons évalué les connaissances des Canadiens relativement aux produits hypothécaires en analysant les résultats d'un sondage comportant neuf questions. Le sondage a été réalisé par la firme Environics.

⁴ Société canadienne d'hypothèques et de logement, Observateur du logement 2008, p. 35.

Une liste de recommandations suit le travail de recherche lesquelles, espérons-le, aideront les consommateurs à faire des choix éclairés, inspireront les législateurs à mettre en place un cadre réglementaire efficace et encouragerons les entreprises à améliorer leurs pratiques.

Méthode de la recherche

Une partie importante de la recherche a consisté à faire une recherche documentaire. Pour celle-ci, on aura pris soin d'utiliser des sources d'information provenant principalement d'organismes gouvernementaux comme l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et Statistiques Canada. Des ouvrages ont aussi été consultés pour réaliser cette recherche. Nommons en particulier le livre intitulé *Un chez moi à mon coût*, réalisé par le planificateur financier, Éric Brassard.

À l'intérieur du document intitulé *l'Observateur du logement 2007*, la SCHL identifie plusieurs nouveaux produits hypothécaires. Pour les produits à amortissement prolongé, les produits requérant une faible mise de fonds et les produits hybrides (dont les marges de crédit), nous avons analysé les avantages et les inconvénients de chaque type de produit à la lumière d'articles d'ouvrages et d'articles de journaux.⁵ Nous avons également examiné un exemple de ce type de produit hypothécaire qui était offert par une institution financière. Les banques canadiennes étant les principaux prêteurs hypothécaires au Canada, il allait de soi que leurs produits hypothécaires seraient choisis pour faire cette recherche.

Le sondage a été réalisé par une firme spécialisée. Les questions du sondage ont été revues à deux reprises par un comité de représentants du ministère des Finances, de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et du Bureau de la consommation d'Industrie Canada. L'analyse des résultats du sondage a été réalisée par l'auteur de cette recherche.

⁵ Pour n'en citer que quelques-uns : Éric Brassard, *Un chez moi à mon coût* et, du même auteur, *La Finance au volant*, le guide *Acheter une maison* des éditions Protégez-vous et des articles de journaux publiés dans le journal *La Presse*.

Bref, pour faire cette recherche, on a examiné l'évolution du marché hypothécaire canadien, on a fouillé pour comprendre les caractéristiques des nouveaux produits hypothécaires, on a vérifié ce que les consommateurs en comprenaient et on a fait des recommandations aux principaux acteurs.

1. L'ACHAT D'UNE MAISON : UN EXERCICE COMPLEXE

De façon à illustrer la complexité générale du processus d'achat d'une propriété, nous avons imaginé le cas d'une consommatrice qui quitte son logement pour devenir, pour la première fois, propriétaire.

1.1 Mise en situation : le cas de Diane

Diane⁶ a toujours habité en logement, mais elle en a assez. Depuis que son propriétaire lui a mentionné qu'il songeait à reprendre le logement pour le donner à un membre de sa famille⁷, Diane veut devenir propriétaire. Elle ne veut plus être délogée. Plus jamais !

Diane a trouvé une magnifique petite maison unifamiliale en banlieue de la ville où elle travaille. La maison se vend 210 000 \$. Malheureusement, comme bien d'autres acheteurs, Diane ne possède pas cette somme. Elle doit donc l'emprunter.⁸

C'est la première fois que Diane achète une propriété. Elle ne s'y connaît pas beaucoup en finance, mais elle est déterminée à apprendre et à faire un choix éclairé.

Comme tout le monde, Diane sait qu'elle doit se présenter à une institution financière pour demander si elle peut obtenir un prêt hypothécaire, ce qu'elle fait sans tarder. Elle ne voudrait surtout pas que la maison lui file entre les doigts.

1.2 La rencontre avec un conseiller hypothécaire

Diane contacte alors son institution financière pour obtenir un prêt hypothécaire. On lui recommande un conseiller hypothécaire que Diane rencontrera le lendemain.

Une fois dans le bureau du conseiller, Diane veut savoir si son institution financière accepte de lui prêter, si elle verse la mise de fonds minimum de 10 000 \$, la somme de

⁶ Diane est une personne fictive. Nous l'utilisons de manière à vulgariser le propos de notre recherche.

⁷ Au Québec, en cour de bail, un propriétaire peut prendre possession d'un logement qu'il loue pour le laisser à un membre de sa famille directe.

⁸ Elle détient toutefois le minimum requis pour payer la mise de fonds et les frais de clôtures.

200 000 \$ pour acheter la maison. Elle aimerait aussi savoir si elle peut payer les mensualités associées à cet emprunt.

Sans perdre de temps, le conseiller fait certaines vérifications pour déterminer la capacité d'emprunt de Diane. En fonction de son revenu mensuel brut, des mensualités de l'hypothèque, des taxes foncières et des frais de chauffage, le conseiller calcule le montant maximal que la banque est en mesure de prêter à Diane.⁹

Pendant que Diane répond aux questions de son conseiller, elle s'aperçoit qu'elle maîtrise peu le vocabulaire hypothécaire. Qu'est-ce qu'une période d'amortissement ? Qu'est-ce que veut dire le ratio d'endettement ? Qu'est-ce que l'assurance prêt hypothécaire ? Devrait-elle prendre un taux fixe ou variable ? Une hypothèque fermée ou ouverte ?

En fait, plus la conversation avance avec le conseiller, plus Diane se sent mal à l'aise. Elle ne comprend pas tout ce qui lui est dit. Le jargon utilisé lors de la vente d'un prêt hypothécaire est un des premiers obstacles rencontrés par un premier acheteur.

1.3 Le vocabulaire du marché des prêts hypothécaires

À la suite de la rencontre avec le conseiller hypothécaire, Diane retourne chez elle avec la ferme intention de s'informer davantage sur les produits hypothécaires vendus par son institution financière. Elle s'installe donc devant son ordinateur et décide de se familiariser avec les termes qu'a utilisés son conseiller lors de la rencontre.

⁹ Avant de prêter, les institutions financières calculent *l'indice ABD* pour déterminer la capacité d'emprunter de l'acheteur. Le cas échéant, on ajoute 50 % des frais de condo aux paiements hypothécaires. Pour plus d'information sur la méthode utilisée pour effectuer ce calcul, consulter la brochure intitulée *Une hypothèque à votre mesure* sur le site Internet de l'Association des banquiers canadiens. Notez que plusieurs associations de consommateurs ont des réticences importantes quant à l'utilisation de tels ratios qui ne tiennent pas compte des projets de l'emprunteur (avoir un ou des enfants, acheter une nouvelle voiture, voyager, etc.).

Dans notre cas, l'infirmière ira consulter le glossaire des hypothèques situé dans la section *Notions de base sur les prêts hypothécaires* de la Banque Royale du Canada.¹⁰

Voici ce qu'elle découvre :

Glossaire des hypothèques¹¹

- [Redressements](#)
- [Période d'amortissement](#)
- [Période anniversaire](#)
- [Évaluation](#)
- [Soumission](#)
- [Versements mixtes](#)
- [Frais d'annulation](#)
- [Certificat de localisation](#)
- [Hypothèque à échéance fixe](#)
- [Frais de clôture](#)
- [Certificat d'achèvement](#)
- [Offre conditionnelle](#)
- [Hypothèque conventionnelle](#)
- [Entrepreneur](#)
- [Hypothèque convertible](#)
- [Acte de vente](#)
- [Défaillance](#)
- [Dépôt](#)
- [Servitude](#)
- [Valeur nette](#)
- [Estimation](#)
- [Assurance incendie et assurance sur la propriété](#)
- [Hypothèque à taux fixe](#)
- [Forclusion](#)
- [Ratio d'endettement brut](#)
- [Retenue](#)
- [Inspection](#)
- [Taux d'intérêt](#)
- [Prêteur](#)
- [Législation en matière de privilège](#)
- [Marge de crédit](#)
- [Assurance prêt hypothécaire](#)
- [Assurance vie hypothécaire](#)
- [Créancier hypothécaire](#)
- [Débiteur hypothécaire](#)
- [Offre d'achat](#)
- [Hypothèque à échéance libre](#)
- [Permis](#)
- [Plans](#)
- [Option de remboursement anticipé](#)
- [Capital](#)
- [Proposition](#)
- [Agent immobilier](#)
- [Servitude](#)
- [Spécifications](#)
- [Sous-entrepreneur](#)
- [Arpentage](#)
- [Terme](#)
- [Titre](#)
- [Ratio d'endettement total](#)
- [Ouvrier spécialisé](#)
- [Hypothèque à taux variable](#)
- [Lois de zonage](#)

¹⁰ Notez bien que la banque indique qu'il s'agit de notions de base sur les prêts hypothécaires. Le consommateur devrait donc, en théorie, maîtriser les notions de base pour être en mesure de faire un choix éclairé.

¹¹ <http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SN0AkY71JsUAMWDK7Xw/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html>, consulté le 26 septembre 2008. Nous avons choisi la Banque Royale dans cet exemple pour la simple raison qu'elle est la plus importante institution financière au Canada. Nous n'avons pas cherché à déterminer si ses pratiques sont meilleures ou moins bonnes que celles de ses concurrents. La forme complète du glossaire, incluant les définitions de chaque terme, est disponible à l'annexe 1.

En prenant connaissance du glossaire, Diane est surprise de la quantité d'information à apprendre. En effet, le glossaire des termes hypothécaires contient plus de 50 définitions.

Heureusement, Diane ne fait pas partie des Canadiens qui ont des difficultés de lecture. Mais on ne doute pas qu'une terminologie aussi volumineuse¹² décourage une partie importante des Canadiens. Selon les plus récentes statistiques :

(...) environ 9 millions de Canadiens en âge de travailler, ou 42 % des personnes âgées de 16 à 65 ans, ont obtenu une note en dessous du niveau 3 sur l'échelle de compréhension de textes suivis. Le niveau 3 est le seuil souhaitable pour faire face aux changements rapides de la demande de compétences dans une économie et une société axées sur le savoir.¹³

Pour faciliter la compréhension de la terminologie des produits hypothécaires et la rendre accessible au plus grand nombre, le consommateur devrait pouvoir retrouver, sur le site Internet de l'institution financière avec qui il fait affaire, un lien qui le dirige vers le site de l'ACFC. Sur ce site, des vidéos éducatives devraient être mises à sa disposition ce qui permettrait à des personnes qui éprouvent de la difficulté à lire d'en apprendre davantage sur les produits hypothécaires.

Recommandation

Option consommateurs recommande que l'ACFC mette des vidéos éducatives sur les produits hypothécaires à la disposition des consommateurs sur son site Internet.

1.4 Le prêt est accepté : les différentes options de Diane

Devant son ordinateur, pendant que notre consommatrice apprenait les termes et les options de financement offertes par son institution financière, elle reçoit un appel de son conseiller hypothécaire. Ce dernier l'informe qu'elle serait en mesure d'emprunter au-delà de 200 000 \$. Selon lui, son faible seuil d'endettement et la stabilité de ses revenus

¹² On pense aux mots et expressions suivantes : versements mixtes, créanciers, débiteurs, terme, hypothèque à échéance fixe, etc. Bref, plusieurs de ces expressions sont très techniques pour un premier acheteur à qui, pourtant, l'information est dédiée.

¹³ <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/080109/q080109a.htm> consulté le 26 septembre 2008.

lui permettraient d'emprunter davantage, surtout si elle décide d'utiliser les sommes accumulées à son REER¹⁴.

Pour Diane, le rêve devient réalité. Désormais, elle sait qu'elle pourra acheter la maison. Encore mieux, elle pourrait en choisir une plus grande !

Cependant, à cette étape du processus, Diane doit prendre de nombreuses décisions. Elle se demande les avantages et les inconvénients d'emprunter sur de longues périodes. Elle se demande aussi si emprunter 200 000 \$ ou plus est raisonnable. Elle se demande combien coûtent les frais d'entretien d'une maison, le chauffage, les assurances, l'électricité, les taxes, etc.

De plus, quels sont les avantages et les inconvénients d'utiliser son REER pour faire sa mise de fonds? Est-ce un choix judicieux ? Elle sait qu'il est important d'accumuler de l'argent pour sa retraite, mais l'augmentation de la valeur de la propriété peut, peut-être, pallier le retrait temporaire de son REER.

Bref, Diane doit prendre une quantité importante de décisions lorsqu'elle contracte sa première hypothèque. Mais par où commencer ? Où trouver une information complète et libre d'intérêts commerciaux ? Comment faire un choix éclairé ?

Recommandations

Option consommateurs recommande à l'Agence de la consommation en matière financière du Canada d'offrir, en collaboration avec des associations de consommateurs, des formations de groupe pour aider les consommateurs à acheter leur première maison.

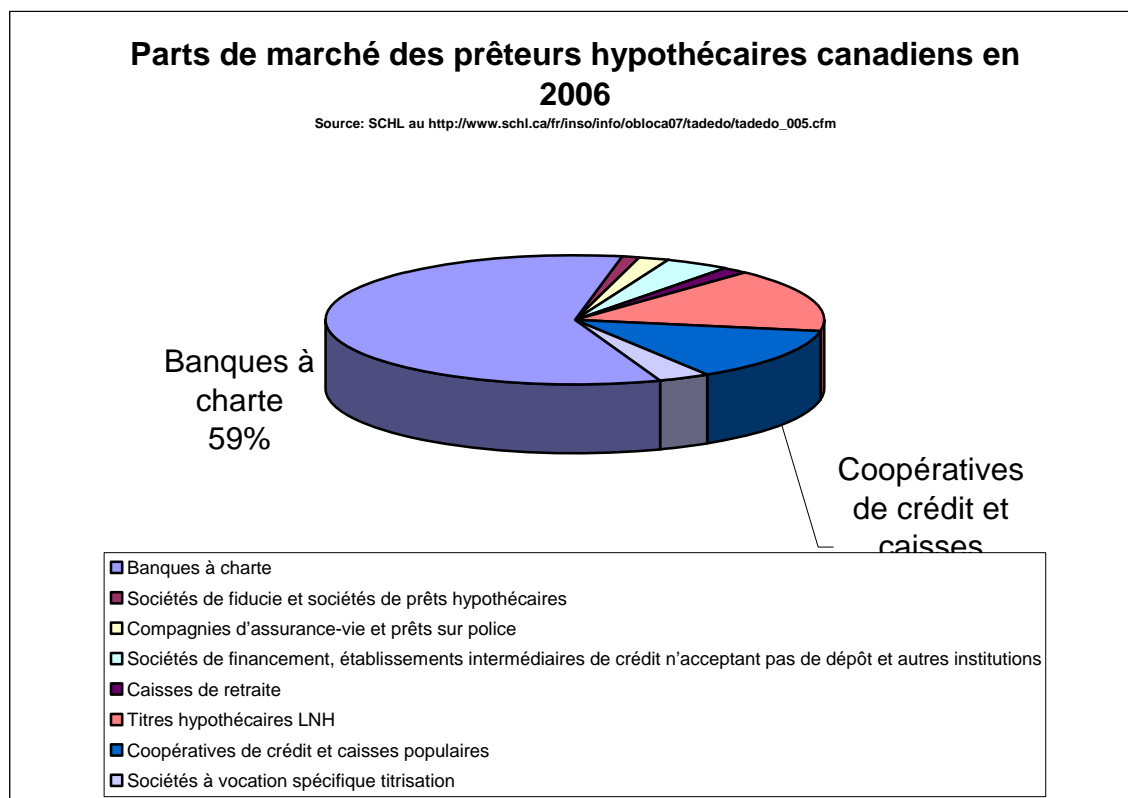
¹⁴ Les fonds accumulés dans un régime d'épargne retraite enregistré (REER) peuvent être utilisés, sous certaines restrictions, pour financer l'achat d'une propriété. Ce transfert d'argent se fait par l'entremise du régime d'accès à la propriété (RAP).

Option consommateurs recommande au gouvernement fédéral de profiter de la prochaine révision de la *Loi sur les banques* pour obliger les institutions financières qui relèvent de sa compétence à distribuer systématiquement un guide pour l'achat d'une propriété lorsqu'un nouvel acheteur se présente en succursale. Ce guide devrait être réalisé indépendamment des institutions financières et élaboré par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, en collaboration avec les associations de consommateurs.

2. LE MARCHÉ CANADIEN DES PRÊTS HYPOTHÉCAIRES

Selon l'Association des banquiers canadiens¹⁵, les consommateurs canadiens peuvent se procurer une hypothèque auprès de huit différents types de prêteurs hypothécaires. Les banques, les caisses populaires, les prêteurs privés, les compagnies d'assurances, les sociétés de fiducie, les sociétés de financement, les coopératives de crédit et les courtiers en hypothèque offrent des produits hypothécaires.

Cependant, tel que l'illustre le graphique ci-dessous, ces joueurs se partagent inégalement le marché au Canada.



Ainsi, les banques à charte (59 %) et les coopératives de crédit et caisses populaires (13 %) occupent les plus importantes parts du marché des prêts hypothécaires. Trois prêts sur quatre vendus au Canada sont fournis par ces deux types d'institutions.

¹⁵ Association des banquiers canadiens, *Une hypothèque à votre mesure*, 1998, p.27.

Les autres acteurs privés du marché des prêts hypothécaires occupent une place marginale.¹⁶ Les sociétés de financement, les établissements intermédiaires de crédit n'acceptant pas de dépôt et autres institutions (4 %), les sociétés à vocation spécifique titrisation (3 %), les compagnies d'assurance-vie et prêts sur police (2 %), les caisses de retraite (2 %) et les sociétés de fiducie et sociétés de prêts hypothécaires (1 %) détiennent ensemble environ 12 % des parts de ce marché.

Il est difficile de trouver des statistiques sur les parts de marché d'un prêteur hypothécaire en particulier. On aurait aimé connaître, par exemple, les parts de marché occupées par les plus importantes institutions financières canadiennes, mais de telles statistiques n'ont pu être recueillies.

En revanche, l'Association des banquiers canadiens¹⁷ met à la disposition des internautes des statistiques sur la taille des actifs détenus par les six principales banques canadiennes. Ensemble, ces six banques détiennent plus de 90 % des actifs bancaires et environ 76 % des actifs des institutions de dépôt. Ces banques sont la Banque Royale (612 milliards), la Banque Toronto Dominion (429 milliards), la Banque Scotia (416 milliards), la Banque de Montréal (368 milliards), la Banque CIBC (348 milliards) et la Banque Nationale (113 milliards).¹⁸

Des études plus approfondies pourraient être menées pour savoir si la concentration du secteur financier canadien a mené à une moins grande concurrence sur les prix obtenus par les consommateurs canadiens. Pour ce faire, on pourrait comparer les taux d'intérêt payés sur les cartes de crédit, les marges de crédit, les prêts hypothécaires et les frais d'administration payés au Canada avec ceux payés dans d'autres pays où le secteur financier est moins concentré. Cette question est particulièrement importante dans un contexte où les plus grandes banques canadiennes demandent continuellement au ministre des Finances du Canada la possibilité de fusionner leurs activités.

¹⁶ Notez que la partie du graphique à tarte intitulée *Titre hypothécaire LNH* ne devrait pas figurer dans ce graphique parce que les titres LNH indiquent l'activité de titrisation qu'exercent certains prêteurs. Nous avons fait part de cette erreur à un représentant de la SCHL.

¹⁷ <http://www.cba.ca/fr/default.asp>, consulté le 15 janvier 2009.

¹⁸ <http://www.cba.ca/fr/content/stats/080902-Banker%20Rankings%202007%20FR.pdf>, consulté le 24 février 2009.

3. LE CADRE JURIDIQUE CANADIEN

Dans ce chapitre, nous survolerons les principales lois encadrant la vente de prêt hypothécaire au Canada.

3.1 La Loi sur les banques

En vertu de l'article 91 de la Constitution canadienne¹⁹, le gouvernement fédéral exerce une compétence exclusive sur les banques canadiennes et étrangères et la *Loi sur les banques* constitue le principal instrument réglementaire pour encadrer l'activité des banques.²⁰ Cette dernière encadre leurs pouvoirs, les formalités de leur constitution, leur organisation, la structure de leur capital, leur administration et leurs obligations relativement aux activités exercées pour les consommateurs.

Les dispositions de la *Loi sur les banques* visant spécifiquement les consommateurs sont regroupées sur le site de l'ACFC²¹, agence qui a pour mandat d'informer et de protéger les consommateurs de produits et services financiers. Les obligations visant les consommateurs y sont regroupées en neuf catégories.²² Nous avons choisi de présenter uniquement celles qui touchent spécifiquement le crédit hypothécaire.

Ventes liées avec coercition

- Interdiction du recours à la coercition dans le cas d'un produit ou service dont la fourniture est liée à la vente d'autres produits ou services.

Comité du conseil d'administration

- Obligation de mettre en place une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer copie à l'ACFC.

¹⁹ http://lois.justice.gc.ca/fr/const/c1867_f.html#distribution, consulté le 25 février 2009.

²⁰ <http://lois.justice.gc.ca/fr/showdoc/cs/B-1.01//fr?page=1>, consulté le 25 février 2009.

²¹ <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/industrie/Obligations/Banque/DispBanques-fra.asp#Autres>, consulté le 25 février 2009.

²² On peut retrouver le texte intégral de ces lois directement sur le site de l'ACFC au <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/industrie/Obligations/Banque/banques-fra.asp>.

- Obligation de renseigner les clients sur la façon de communiquer avec l'ACFC.

Exigences en matière de divulgation

- Exigence de communication aux consommateurs des renseignements touchant :
 - les coûts d'emprunt;
 - clauses et conditions de remboursements anticipés de prêts;
 - l'interdiction des ventes liées avec coercition;
 - autres produits et services, politiques, procédures et pratiques dont la communication est prévue par règlement.

En vertu de ces obligations, les banques doivent, à titre d'exemple, communiquer clairement aux consommateurs le coût d'emprunt (dont le montant des intérêts à payer), les clauses et les conditions de remboursements anticipés de prêts, etc. On interdit aussi la vente avec coercition : les banques ne sont pas autorisées à exercer des pressions indues sur le consommateur, ou à le forcer à acheter un produit ou un service comme condition d'obtention d'un autre produit ou service et cela, auprès d'elles ou de leurs sociétés affiliées.

À ces règlements relatifs à la protection des consommateurs s'ajoute la disposition 418 de la *Loi sur les banques* qui oblige la plupart des établissements de crédit sous réglementation fédérale de faire assurer les prêts hypothécaires lorsque la mise de fonds versée par l'emprunteur est inférieure à 20 % du prix d'achat de la propriété. Cette assurance empêche les institutions financières d'assumer les pertes financières en cas de défaut de paiement de l'emprunteur.²³

Notons que la disposition 418 de la *Loi sur les banques* a des répercussions importantes sur le marché des prêts hypothécaires au Canada. Comme plusieurs institutions ont l'obligation de faire assurer leurs prêts hypothécaires auprès d'un assureur prêt hypothécaire, l'évolution de ce marché est intimement liée aux critères d'admissibilités des prêts à l'assurance prêt hypothécaire.

²³ Référez-vous au chapitre portant sur la Société canadienne d'hypothèques et de logement pour comprendre davantage comment fonctionne cette obligation.

4. LES ORGANISMES GOUVERNEMENTAUX

Au plan fédéral, le marché canadien des prêts hypothécaires est chapeauté par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).

4.1 La Société canadienne d'hypothèques et de logement

La SCHL exerce son autorité en vertu de la Loi nationale sur l'habitation (LNH) 24. Adoptée en 1944, cette loi a pour objet, en matière de financement de l'habitation, de :

favoriser l'accès à une diversité de logements abordables, d'encourager l'accessibilité à des sources de financement ainsi que la concurrence et l'efficacité dans ce domaine, d'assurer la disponibilité de fonds suffisants à faible coût et de contribuer à l'essor du secteur de l'habitation au sein de l'économie nationale.²⁵

En vertu de la LNH, la SCHL peut, entre autres, assurer les risques liés à des prêts à l'habitation (partie I), acquérir des terrains dans l'intention de les louer à prix modiques à des associations personnalisées (partie IV) et consentir des prêts aux membres de coopératives d'habitation (partie VII). Ensemble, la LNH et l'établissement de la SCHL ont permis au gouvernement fédéral de jouer un rôle de premier plan en matière de programme de logement au Canada.

Historiquement, le premier mandat de la SCHL a été de répondre à la pénurie de logements d'après-guerre, mais ses interventions dans le secteur de l'habitation s'adapteront aux besoins des Canadiens au fil des ans. À titre d'exemple, pendant les années 1950, elle accorde des subventions aux villes pour les encourager à démolir les bâtiments délabrés et à mettre sur pied des offices municipaux d'habitation. Pendant les années 1960, elle construit des coopératives d'habitation et améliore les normes

²⁴ <http://lois.justice.gc.ca/fr/ShowTdm/cs/N-11//fr>, consulté le 19 janvier 2009.

²⁵ www.cmhc-schl.gc.ca

canadiennes en matière d'habitation. Elle lance aussi des programmes ayant pour objectif d'améliorer l'accessibilité à la propriété des personnes à faible revenu.

Dans le cadre de cette recherche, le programme mis en place par la SCHL qui nous intéresse particulièrement est celui de l'assurance prêt hypothécaire. Lancé en 1954, ce programme permet à la SCHL d'assumer le risque relatif aux prêts hypothécaires dont la mise de fonds est de moins de 25 %²⁶. En cas de défaut de paiement d'un particulier, les institutions financières peuvent se tourner vers la SCHL pour récupérer les sommes impayées par l'emprunteur. Les risques assumés par les institutions financières étant moindres, elles accordent plus facilement des prêts hypothécaires aux Canadiens.

Pour avoir droit à cette assurance, les institutions financières doivent respecter deux conditions. D'un, elles doivent respecter les caractéristiques de risque de l'hypothèque et de l'emprunteur pour lesquelles le gouvernement accepte d'accorder une police d'assurance. De deux, elles doivent payer une prime qui varie selon le profil de risque de l'emprunteur. Généralement, les institutions financières refilent directement à l'emprunteur la facture de cette assurance.

Les modifications apportées au régime de garantie de l'assurance hypothécaire se sont révélées comme un véritable moteur de changements dans le marché des prêts hypothécaires canadiens. Nous examinerons l'évolution des critères d'accessibilité à l'assurance prêt hypothécaire à la section intitulée *Émergence de nouveaux produits hypothécaires*.

4.2 Agence de la consommation en matière financière du Canada

L'ACFC a été mise sur pied en 2001 par le gouvernement fédéral. Il s'agit d'une agence de réglementation indépendante qui a pour mandat d'informer et de protéger les consommateurs de produits et services financiers.

²⁶ Une prime de risque doit en contrepartie être payée à la SCHL.

La création de cette institution faite suite à une des constatations du Rapport Mackay. Selon le rapport, « le cadre actuel (prévalent avant 1998) de protection du consommateur ne contribue pas à réduire aussi efficacement que cela serait souhaitable le déséquilibre qui existe entre les institutions et les consommateurs sur le plan de l'information et du pouvoir de négociation »²⁷. Pour pallier ce problème, on propose de mettre sur pied une agence qui aura pour objectifs d'informer les consommateurs en matière financière et de vérifier la conformité des institutions financières relativement aux lois et aux engagements publics qu'elles ont pris qui affectent directement les consommateurs.

Plus précisément, selon la [*Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*](#)²⁸, l'Agence a pour mission²⁹

a) de superviser les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

b) d'inciter les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en oeuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

c) de surveiller la mise en oeuvre de codes de conduite volontaires adoptés par ces institutions financières en vue de protéger les intérêts des clients et qui sont accessibles au public et de surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts des clients;

d) de sensibiliser les consommateurs en ce qui a trait aux obligations des institutions financières visées par les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

e) de favoriser, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et les questions qui s'y rapportent.

²⁷ <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/historique/default.asp>, consulté le 19 janvier 2009.

²⁸ <http://lois.justice.gc.ca/fr/F-11.1/index.html>, consulté le 19 janvier 2009.

²⁹ http://lois.justice.gc.ca/fr/showdoc/cs/F-11.1/bo-ga:s_3/fr#anchorbo-ga:s_3, consulté le 19 janvier 2009.

L'ACFC exerce des pouvoirs d'exécution sur divers articles de la Loi sur les banques, la Loi sur les sociétés d'assurances, la Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, la Loi sur les associations coopératives de crédit et la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Lorsqu'une institution financière contrevient à une loi sous la juridiction de l'ACFC, l'agence peut informer l'entreprise en cause et, selon la gravité et la fréquence du problème, elle peut soit demander à l'institution financière de s'engager à remédier rapidement à la situation, soit imposer une pénalité pécuniaire ou imposer des sanctions pénales.³⁰

L'ACFC surveille la mise en œuvre des codes volontaires et des engagements publics tenus par les institutions financières sous réglementation fédérale : Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens pour les activités d'assurance autorisées, Code de pratique canadien des services de cartes de débit, Modèle de code de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises, Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien et de huit engagements publics : Retenue sur les chèques , Cartes de crédit - protection en cas de fraude, Comptes à frais modiques, Engagement de l'Association des banquiers canadiens (ABC) en matière de lisibilité des documents hypothécaires, Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés effectués par téléphone , Engagement relatif aux services non sollicités, Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés et les Paiements en ligne.

Bref, l'ACFC est l'organisme fédéral qui a pour principale mission d'informer et de protéger les intérêts des consommateurs en matière financière. Mentionnons que les relations entre l'ACFC et les associations de consommateurs ont été, jusqu'à maintenant, très bonnes. Des rencontres ont régulièrement lieu pour partager nos orientations stratégiques et parler des difficultés que rencontrent les consommateurs en matière financière. Les consommateurs canadiens auraient tout intérêt à ce que cette agence dispose de ressources importantes de manière à accroître le nombre d'enquêtes de conformité qu'elle réalise et la quantité d'information publiée sur son site Internet. Il faudrait aussi qu'elle augmente sa notoriété auprès des Canadiens.

³⁰ <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/role/default.asp>, consulté le 19 janvier 2009.

4.2.1 Commentaires sur l'information relative aux prêts hypothécaires présentée sur le site de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

On retrouve, sur le site Internet de l'ACFC, une section complète dédiée aux prêts hypothécaires. Cette information est très utile pour les consommateurs. Ces derniers ont accès à différents outils, dont une calculatrice d'emprunt hypothécaire. Celle-ci permet de comparer l'impact de différents paramètres sur le montant total des intérêts payés sur l'emprunt hypothécaire. Les consommateurs ont aussi accès à un jeu-questionnaire sur les prêts hypothécaires leur permettant d'évaluer le niveau de leur connaissance en la matière. Finalement, l'ACFC met à la disposition des consommateurs une publication intitulée *L'ABC des prêts hypothécaires* où l'on explique les termes et les conditions du prêt hypothécaire, les droits et responsabilités de l'emprunteur, ainsi que des conseils pour payer le prêt hypothécaire plus rapidement.³¹

Malheureusement, à la lumière d'un sondage réalisé par la firme Environics auprès de 2002 Canadiens, les agences gouvernementales semblent méconnues ou du moins sous-utilisées par les répondants. Des efforts devraient être faits pour promouvoir le travail de l'organisation.

Aussi, selon les résultats de notre sondage, les Canadiens consultent beaucoup Internet lorsqu'ils cherchent de l'information sur prêts hypothécaires. Or, lorsque l'on recherche les mots « prêt hypothécaire » dans le moteur de recherche Google, le site de l'ACFC se retrouve au bas de la deuxième page Web, au 24^e hyperlien que repère le moteur de recherche. Nul doute que cela n'aide pas l'agence à se faire connaître auprès des internautes.

De plus, il est nécessaire de rappeler qu'au Canada, les statistiques indiquent que de nombreux citoyens ont des capacités de lecture limitées. En 2003, une enquête internationale révèle qu'environ 9 millions de Canadiens âgés de 16 à 65 ans, ou 42 % de la population en âge de travailler se situaient en dessous du niveau 3 sur l'échelle de compréhension de textes suivis. On considère que le niveau 3 correspond au seuil

³¹ http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/mortgage_toc_f.asp, consulté le 12 janvier 2009.

souhaitable que doivent atteindre les adultes afin de participer pleinement à l'économie du savoir.

Considérant les capacités de lecture limitées de nombreux Canadiens, l'ACFC pourrait développer des vidéos éducatives où l'on explique aux consommateurs les différentes options de remboursement des produits hypothécaires, le coût d'un emprunt, les frais de clôture... Bref, l'ACFC pourrait rendre cette information plus accessible par la réalisation de vidéos éducatives.

Aussi, pour favoriser l'utilisation d'un langage simple, l'ACFC pourrait faire réviser, si ce n'est pas déjà fait, ses textes et ses brochures par des experts en lisibilité et l'indiquer sur la publication.

Dernièrement, l'ACFC a développé un outil Internet intitulé *Outil d'évaluation d'admissibilité à un prêt hypothécaire*. Option consommateurs a des réserves relativement à la forme actuelle de l'outil. Notre organisation croit depuis longtemps que les Indices ABD et ATD utilisés par les institutions financières pour déterminer l'admissibilité d'un consommateur à un prêt hypothécaire s'avèrent trop permissifs et peuvent avoir pour effet d'encourager les consommateurs à s'endetter à des niveaux ne leur laissant aucune marge de manœuvre. D'ailleurs, les indices ABD et ATD ne tiennent pas compte des projets des emprunteurs comme de changer de voiture, d'avoir des enfants de voyager, etc.

Donc, en plus de *l'outil d'évaluation d'admissibilité à un prêt hypothécaire* développé par l'ACFC, Option consommateurs croit que les consommateurs bénéficieraient d'un instrument qui permettrait de calculer un niveau d'endettement raisonnable. Certes, encore faudrait-il s'entendre sur ce niveau d'endettement et les critères qui seraient pris en compte, mais cela pourrait aider les consommateurs à faire des choix éclairés en matière d'endettement.

Recommandations

Option consommateurs recommande à l'ACFC de mieux se faire connaître auprès des Canadiens.

Option consommateurs recommande à l'ACFC d'indiquer sur ses publications électroniques que l'information écrite a été révisée, le cas échéant, par des experts en lisibilité.

Option consommateurs recommande à l'ACFC de développer un outil permettant aux consommateurs de déterminer un seuil d'endettement raisonnable relativement au prêt hypothécaire.

5. QU'EST-CE QU'UN PRÊT HYPOTHÉCAIRE ?

Le prix moyen des logements au Canada étant de 276 959 \$³², rares sont les consommateurs capables de payer leur maison en argent comptant. Habituellement, les consommateurs ont recours à un prêt hypothécaire pour acheter une propriété.

5.1 Définition générale

Selon le livre *Un chez moi à mon coût*, le prêt hypothécaire est un prêt :

«consenti en vue de l'acquisition ou de la rénovation d'un bâtiment, que ce soit une maison, un chalet, un duplex, etc. Pour se protéger, l'institution prêteuse prend une hypothèque sur la propriété, c'est-à-dire que cette dernière sert de garantie au remboursement de l'emprunt ».³³

Par le biais du prêt hypothécaire, les consommateurs sont en mesure d'emprunter une somme importante d'argent parce qu'ils laissent en garantie la propriété achetée. De leur côté, les prêteurs sont plus enclins à prêter des sommes importantes puisqu'ils pourront récupérer l'immeuble si l'emprunteur se voyait dans l'impossibilité de rembourser son emprunt.

Sur le site Internet de la SCHL, on retrouve une définition similaire où l'on précise les implications financières relevant d'un prêt hypothécaire :

L'hypothèque est un droit réel servant à garantir le prêt consenti pour l'achat de votre propriété. Vous pouvez rembourser ce prêt au moyen de versements périodiques combinés comprenant le remboursement du capital (somme empruntée) et le paiement des intérêts (les frais

³² SCHL, L'Observateur du logement au Canada, 2007, Tableau 4.

³³ Brassard, Éric, *Un chez-moi à mon coût*, éditeurs éricbrassard, 2000, p. 73.

d'emprunt). Ces versements peuvent également comprendre une partie de l'impôt foncier.³⁴

Bref, le prêt hypothécaire est un emprunt fait par le consommateur auprès d'un prêteur où l'immeuble est mis en garantie. Le remboursement de l'emprunt se fait par versements périodiques où une partie du versement sert à rembourser les intérêts et l'autre, le capital emprunté.

5.2 Principales caractéristiques des produits hypothécaires

Les principales caractéristiques associées aux prêts hypothécaires sont les suivantes : le type prêt, la période d'amortissement, le terme, le taux d'intérêt et la fréquence des versements. Nous les examinerons une à une pour avoir une idée précise des différentes possibilités offertes aux consommateurs au moment de contracter un prêt hypothécaire.

5.2.1 Les types de prêts hypothécaires

Il existe trois types de prêt hypothécaire, le prêt hypothécaire ouvert, le prêt hypothécaire fermé et la marge de crédit hypothécaire.

Prêts hypothécaires ouverts et fermés

Le prêt hypothécaire ouvert permet à l'emprunteur, en tout temps, de rembourser une partie ou la totalité de l'emprunt sans pénalité. Le prêt hypothécaire fermé, quant à lui, restreint les montants supplémentaires qui peuvent être versés au cours de l'emprunt. Généralement, le prêt hypothécaire ouvert est plus cher que le prêt hypothécaire fermé, car le prêteur prend le risque de perdre des revenus d'intérêts pendant la durée du prêt.

³⁴ http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/co/aclo/acmaetet/acmaetet_002.cfm#hypothecaire, consulté le 9 janvier 2008.

Les options de versements anticipés sur les prêts hypothécaires fermés varient d'une institution à l'autre. Voici quelques options offertes par la Banque Royale :

- Une fois par période de 12 mois, l'emprunteur peut augmenter d'un maximum de 10 % la valeur des versements hypothécaires
- Si le consommateur opte pour une hypothèque à taux fixe ou pour une hypothèque à taux plafonné, celui-ci peut rembourser par anticipation jusqu'à 10 % du montant initial de son hypothèque, une fois par période de 12 mois
- L'emprunteur peut effectuer un double versement par année
- L'emprunteur peut rembourser, par anticipation, à n'importe quelle date de versement ou à toutes les dates de versement, un montant entre 100 \$ et l'équivalent de la portion de capital et intérêts de son versement hypothécaire
- L'emprunteur peut augmenter la fréquence de leurs versements.³⁵

Ou encore, les clients de la Banque TD peuvent :

- augmenter leurs versements jusqu'à 100 % du montant habituel en tout temps pendant la durée de leur prêt hypothécaire
- effectuer des versements forfaitaires jusqu'à 15 % du montant emprunté initial chaque année
- augmenter la fréquence des versements.³⁶

Dans tous les cas énumérés ci-dessus, les remboursements anticipés permettent aux consommateurs d'économiser sur les frais d'intérêts et d'accélérer le remboursement de leur hypothèque.

La marge de crédit hypothécaire

Selon l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), une marge de crédit est :

³⁵ http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SWuew6wWAA8AIfC8zl8/produits/hypotheques/double-up_payments.html, consulté le 12 janvier 2009.

³⁶ <http://www.tdcanadatrust.com/francais/prethypothecaires/features.jsp#augmentez>, consulté le 17 septembre 2009.

une entente entre vous et votre institution financière, qui vous permet d'emprunter de l'argent jusqu'à concurrence d'un montant préétabli. À mesure que vous remboursez l'argent emprunté, vous pouvez réutiliser votre marge de crédit, jusqu'à concurrence de la limite permise.³⁷

Ainsi, une marge de crédit simple permet au consommateur d'emprunter de l'argent jusqu'à un montant fixé d'avance entre lui et l'institution financière. Il s'agit en quelque sorte d'un espace d'endettement potentiel. Le client ne paie de l'intérêt que s'il utilise les sommes que l'institution financière rend disponibles.

Bien que la marge de crédit hypothécaire ressemble beaucoup à la marge de crédit ordinaire, elle possède deux caractéristiques distinctes. Dans un premier temps, puisque la valeur de la propriété garantit les dettes accumulées sur la marge de crédit hypothécaire, les emprunteurs sont capables d'obtenir des taux d'intérêt plus avantageux que sur une marge de crédit régulière. Dans un deuxième temps, les fonds disponibles à même la marge de crédit hypothécaire sont libérés à mesure que le consommateur rembourse le capital de son hypothèque. De la sorte, plus le consommateur rembourse son emprunt, plus le montant pouvant être emprunté augmente.

Pour illustrer ce mécanisme, prenons l'exemple suivant : Jonathan a un prêt hypothécaire de 200 000 \$. Il effectue un premier paiement de 1 500 \$ dont la moitié sert à rembourser le capital du prêt et l'autre moitié les intérêts. Puisque Jonathan a remboursé 750 \$ sur le capital de son emprunt, l'institution financière lui accorde automatiquement un espace d'endettement de 750 \$ additionnel.³⁸ Ainsi, Jonathan pourrait se servir des sommes disponibles pour financer des rénovations, l'achat d'une automobile, un voyage, etc. Le prêteur ne se soucie guère de la façon dont les fonds sont utilisés par le consommateur. De toute façon, la maison pourra être récupérée si l'emprunteur devenait insolvable.

³⁷ <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/FichesConseils/PDFs/FCMagMargCredit-fra.pdf>, consulté le 13 janvier 2009.

³⁸ Il s'agit ici d'une manière simplifiée de démontrer le fonctionnement d'une marge de crédit hypothécaire. Les institutions financières limitent l'action de l'emprunteur en fonction, habituellement, des critères fixés par les assureurs hypothécaires. Ce que nous verrons plus loin.

En plus de permettre aux consommateurs d'utiliser comme bon leur semble les montants mis à leur disposition par le biais de la marge de crédit, les emprunteurs peuvent, parfois, ne rembourser que les intérêts du montant emprunté à la marge.

Généralement, les institutions financières demandent à leur client de souscrire leur marge de crédit hypothécaire auprès d'un assureur hypothécaire. Moyennant le paiement d'une prime que les institutions financières refilent aux consommateurs, ces dernières s'assurent contre le risque de défaut de paiement du consommateur.

5.2.2 La période d'amortissement

Selon l'ACFC, l'amortissement est la période de temps nécessaire pour rembourser une hypothèque, selon l'hypothèse que le taux d'intérêt et le montant des versements ne changeront pas, que tous les paiements seront effectués dans les délais prévus et qu'aucun paiement supplémentaire ne sera effectué.³⁹

La période d'amortissement a un impact sur le montant total des intérêts payés par l'emprunteur. Plus la période d'amortissement est longue, plus le prêt coûte cher. Au contraire, plus la période d'amortissement est courte, moins l'emprunteur devra déboursier d'intérêt.

Toute chose étant égale par ailleurs, on comprendra qu'un emprunteur qui rembourse son prêt hypothécaire en 25 ans payera moins d'intérêt qu'une personne qui rembourse son prêt en 35 ans. Pour illustrer cela, sur son site Internet, l'ACFC présente le tableau⁴⁰ suivant :

³⁹ http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/Amortization_f.asp, consulté le 14 janvier 2009.

⁴⁰ Le tableau suivant montre le montant des intérêts payés (pendant la totalité de la période d'amortissement) sur un prêt hypothécaire de 150 000 \$, dans le cas d'un taux d'intérêt annuel constant de 6,45 %, http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/Amortization_f.asp, consulté le 14 janvier 2009.

Exemple - Amortissement et intérêts payés

Montant de l'hypothèque	Amortissement	Versement mensuel	Intérêts payés
150 000 \$	40 ans	865 \$	264 620 \$
150 000 \$	35 ans	890 \$	224 795 \$
150 000 \$	30 ans	935 \$	186 540 \$
150 000 \$	25 ans	1 000 \$	150 060 \$
150 000 \$	20 ans	1 105 \$	115 550 \$
150 000 \$	15 ans	1 295 \$	83 200 \$
150 000 \$	10 ans	1 690 \$	53 150 \$

Ainsi, on constate qu'en choisissant une période d'amortissement plus courte, les versements mensuels augmentent et les intérêts totaux payés diminuent. On voit le raisonnement contraire lorsque le consommateur choisit un amortissement sur une plus longue période où le montant des versements mensuels diminue, mais les intérêts totaux payés augmentent. Signalons que, dans ce cas, les intérêts payés sur une période de 40 ans totaliseront 264 620 \$, un montant équivalant à près de deux fois le montant de l'hypothèque.

5.2.3 Le terme

Selon la Banque Royale, le terme est :

La durée pendant laquelle votre contrat de prêt hypothécaire est en vigueur.

Puis, on peut lire :

Lorsque cette durée est écoulée, la totalité du solde du capital doit être remboursée ou l'hypothèque doit être renouvelée ou renégociée aux taux et modalités du moment.⁴¹

En d'autres mots, le terme signifie la durée du contrat qui lie l'emprunteur au créancier. Habituellement, les termes hypothécaires varient entre six mois et cinq ans, mais certaines institutions offrent des termes de sept ou dix ans.⁴² À la fin de chaque terme, le consommateur peut décider de renouveler son prêt auprès de la même institution financière ou encore comparer les offres des autres prêteurs. L'institution financière peut aussi décider de ne pas renouveler le prêt hypothécaire.

5.2.4 Le taux d'intérêt

Il existe actuellement trois types d'entente au chapitre du taux d'intérêt du prêt hypothécaire. Les consommateurs peuvent choisir d'emprunter à taux fixe, à taux variable ou encore à un taux convertible.

Un prêt à taux fixe signifie que l'emprunteur gèle le taux d'intérêt pour la durée du contrat. En choisissant un prêt hypothécaire à taux fixe, le consommateur obtient la sécurité de connaître à l'avance le montant du capital qui sera remboursé. En contrepartie, le consommateur obtient un taux d'intérêt plus élevé que s'il avait opté pour un prêt à taux variable.

Un prêt à taux variable signifie que le taux d'intérêt change en fonction du taux directeur de la Banque du Canada. Si par exemple, la Banque du Canada décide d'augmenter le taux directeur, le taux d'intérêt augmentera aussi. Cependant, un emprunt hypothécaire à taux variable ne signifie pas que le montant des versements varie en fonction des variations du taux d'intérêt. Habituellement, lorsque le taux d'intérêt de l'emprunt change, c'est la portion du capital remboursée à chaque versement qui change et non pas le montant du versement.

⁴¹ <http://www.rbcbanqueroyle.com/RBC:SW39FawWZA4AVYCyrt/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html#Term>, consulté le 14 janvier 2008.

⁴² http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/Term_f.asp, consulté le 14 janvier 2009.

Si les taux d'intérêt baissent, une plus petite partie de chaque versement sera affectée au remboursement de l'intérêt et une plus grande partie sera affectée au remboursement du capital. Si les taux d'intérêt montent, une plus grande partie du versement sera affectée au remboursement de l'intérêt et une plus petite partie sera affectée au remboursement du capital.⁴³

Ce n'est donc pas le montant des versements qui sera affecté par une variation des taux d'intérêt, mais le montant qui est versé au capital.

Il est généralement admis que les consommateurs peuvent faire des économies en optant pour un taux variable. Puisqu'il assume le risque d'une augmentation des taux d'intérêt, ce dernier est en mesure d'obtenir un meilleur taux auprès de son institution financière. Le consommateur est, en quelque sorte, dédommagé pour le risque qu'il prend.

Les consommateurs peuvent aussi se procurer des prêts hypothécaires convertibles. Ceux-ci permettent de prolonger le terme de l'hypothèque sans pénalité. Bénéficiant d'un prêt convertible, l'emprunteur peut conserver à plus long terme le taux d'intérêt qu'il a déjà négocié. L'option est pratique pour celui qui anticipe une augmentation des taux d'intérêt. Les prêts hypothécaires convertibles sont offerts dans plusieurs institutions financières dont : la CIBC⁴⁴, la TD⁴⁵, la Banque Royale⁴⁶ et la Banque de Montréal⁴⁷. La durée du prêt convertible est généralement de 6 mois.

5.2.5 La fréquence des versements

Le versement est le montant versé périodiquement à votre institution financière qui sert à rembourser votre emprunt. Traditionnellement, les versements hypothécaires se faisaient mensuellement, mais les institutions financières ont largement assoupli leurs modalités de remboursement au cours des dernières années.

⁴³ http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/TypesOfMortgages_f.asp, consulté le 14 janvier 2009.

⁴⁴ <http://www.cibc.com/ca/mortgages/convertible-mortg-fr.html>, consulté le 17 septembre 2009.

⁴⁵ <http://www.tdcanadatrust.com/francais/prethypothecaires/6mois.jsp>, consulté le 17 septembre 2009.

⁴⁶ <http://www.rbcbanqueroyle.com/produits/hypotheques/mortgage-types.html>, consulté le 17 septembre 2009.

⁴⁷ http://www4.bmo.com/particuliers/0,2273,35702_37153,00.html, consulté le 17 septembre 2009.

Les emprunteurs peuvent opter pour un versement mensuel, bimensuel, aux quinzaines, hebdomadaires, aux quinzaines accélérées et hebdomadaires accélérées. Plus le nombre de versements est élevé au cours d'une année, plus l'emprunteur peut accélérer le remboursement de son emprunt.

Le tableau ci-dessous a été tiré du site Internet de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC). Il démontre les économies d'intérêts qu'il est possible de réaliser selon les diverses options de versements.⁴⁸

Exemple - Économie d'intérêts résultant des diverses options de versements⁴⁹

	Montant du versement	Fréquence	Amortissement	Intérêts payés	Économie d'intérêts
Mensuels	1 000 \$	Tous les mois	25 ans	150 060 \$	--
Deux fois par mois	500 \$	24 fois par année	25 ans	149 660 \$	400 \$
Toutes les deux semaines	460 \$	26 fois par année	25 ans	149 630 \$	430 \$
Hebdomadaires	230 \$	52 fois par année	25 ans	149 455 \$	605 \$
Toutes les deux semaines accélérés	500 \$	26 fois par année	20,7 ans	120 650 \$	29 410 \$
Hebdomadaires	250 \$	52 fois par	20,6 ans	120 300 \$	29 760 \$

⁴⁸ Le présent exemple repose sur l'hypothèse d'un prêt hypothécaire de 150 000 \$ amorti sur une période de 25 ans, et d'un taux d'intérêt constant de 6,45 %. Comme on peut le remarquer, le fait de choisir l'option « versements hebdomadaires accélérés » ou « versements accélérés toutes les deux semaines » permet à l'emprunteur d'économiser des milliers de dollars en frais d'intérêt payables pour la période totale du prêt hypothécaire.

⁴⁹ http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/PaymentOptions_f.asp, consulté le 14 janvier 2009.

	Montant du versement	Fréquence	Amortissement	Intérêts payés	Économie d'intérêts
accélérés		année			

À la lumière de ce tableau, on observe que les consommateurs peuvent tirer avantage à augmenter le nombre de versements effectués par année. Si, au lieu de rembourser son prêt tous les mois, le consommateur décidait de faire des versements hebdomadaires accélérés, ce dernier pourrait épargner près de 30 000 \$ en intérêt et réduire de plus de trois ans la période d'amortissement.

5.2.6 Mise de fonds

La mise de fonds est la somme monétaire versée initialement par le consommateur pour l'achat de sa propriété. Normalement, ce montant doit, au minimum, être équivalent à 5 % de la valeur d'une maison unifamiliale.

5.2.7 Assurance prêt hypothécaire

Selon la *Loi sur les banques*, les banques doivent faire assurer les prêts hypothécaires lorsque la mise de fonds versée par l'emprunteur est inférieure à 20 % de la valeur de la propriété. Cette assurance empêche le prêteur de devoir assumer les pertes financières liées à l'insolvabilité de l'emprunteur.

L'assurance prêt hypothécaire peut être octroyée à d'autres prêteurs que les banques. S'ils en respectent les critères d'admissibilité, tous les types de prêteurs peuvent faire assurer leurs prêts en payant une prime. Lorsque la mise de fonds versée par le consommateur est inférieure à 20 % de la valeur de la propriété, le prêt hypothécaire est

considéré « à rapport prêt-valeur élevé »⁵⁰. Généralement, le paiement de la prime est assumé par le consommateur.

Cette assurance peut être fournie par le gouvernement fédéral par le biais de la SCHL ou via d'autres assureurs hypothécaires privés comme Genworth. Le coût de la prime d'assurance varie en fonction du montant de la mise de fonds versée, de la provenance de la mise de fonds (une mise de fonds versée par la famille engendrera une surprime, car le consommateur n'a pas été en mesure de prouver sa capacité d'épargner) et le statut d'emploi de l'emprunteur. Un travailleur autonome payera une surprime parce qu'il présente, selon les assureurs, un risque financier plus élevé qu'un salarié.

La prime d'assurance peut être ajoutée directement au montant total emprunté par le consommateur. Dans ce cas, le consommateur assume les frais d'intérêt qu'entraîne ce montant supplémentaire.

5.2.8 Cote de solvabilité

Selon le Bureau de la consommation, la cote de solvabilité, mieux connue sous le nom de cote de crédit, est établie à partir de plusieurs facteurs tels votre niveau d'endettement actuel et passé, vos habitudes de paiement de dettes et de factures, le nombre de dettes individuelles, etc.⁵¹

Cette cote permet aux institutions financières d'établir le niveau de risque de l'emprunteur. Une mauvaise cote de crédit peut faire augmenter le coût de l'emprunt (le taux d'intérêt) ou même entraîner un refus de la part de l'institution financière de vous prêter.

Selon leurs produits, les assureurs de prêts hypothécaires exigent des cotes minimums à respecter pour obtenir une assurance. Règle générale, les consommateurs ne détenant pas de mise de fonds suffisante et ne présentant pas une cote de crédit suffisante

⁵⁰ Expression tirée du site de l'ACFC au <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/Hypothecaires/DownPayments-fra.asp>, consulté le 26 février 2009.

⁵¹ <http://www.consumerinformation.ca/app/oca/ccig/consumerChallenge.do?consumerChallengeNo=461&language=fre>, consulté le 29 février 2009.

ne pourront obtenir un prêt *via* une banque ou une caisse. Ils devront tenter leurs chances auprès d'un prêteur privé où les taux d'intérêt sont largement moins avantageux. On parle ici des prêts à risque élevé.

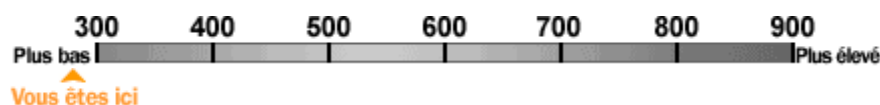
Ci-dessous, nous trouvons un exemple du pointage de crédit fait par TransUnion où le consommateur à un pointage de 700.

Pointage de crédit établi par TransUnion⁵²

Veillez noter que les exemples de dossier de crédit et de pointage de crédit, ci-inclus, proviennent des agences d'évaluation de crédit citées. L'ACFC reproduit ici des portions de ces exemples, avec notes explicatives, pour expliquer le contenu typique d'un dossier de crédit et de pointage de crédit. Le contenu de ces exemples est fictif et est inclus uniquement à des fins d'illustration et d'information.

Votre pointage de crédit est 700

Fondé sur les données de votre profil de crédit, ce pointage est une représentation numérique de votre solvabilité.



Ce consommateur a un pointage supérieur à celui de 36 pour cent de la population.

Votre pointage de crédit se situe à un niveau plus élevé que 35.93 % de la population canadienne

En fonction de votre pointage de crédit, ceci représente la façon dont se mesure votre solvabilité par rapport au reste du Canada.

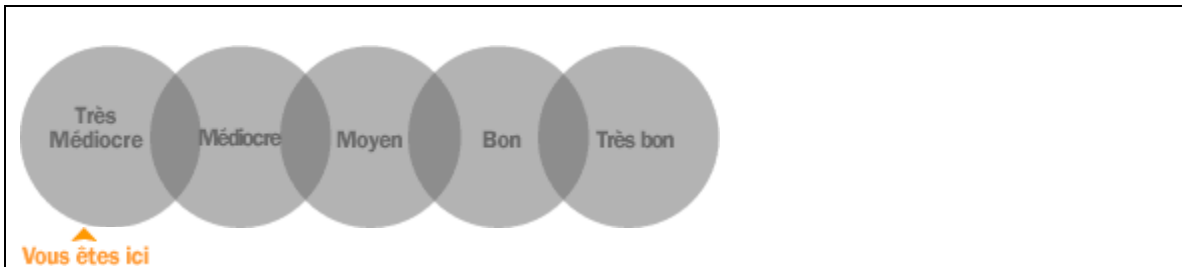


Pour les prêteurs, ce consommateur représente un risque de crédit « moyen ».

Votre solvabilité est Moyen

En fonction de votre pointage de crédit, ceci est la façon dont un créancier pourrait vous percevoir.

⁵² <http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/CreditReportScore/ExTransUnionScore-fra.asp>, consulté le 2 mars 2009.



Ainsi, selon TransUnion, un pointage de crédit de 700 est considéré comme Moyen car le consommateur a un pointage de crédit supérieur à 36 % de la moyenne canadienne.

6. L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX PRODUITS HYPOTHÉCAIRES

Dans ce chapitre, on trouvera les grandes lignes du développement des prêts hypothécaires canadiens depuis 1960. On examine particulièrement le contexte économique propice au développement et au succès de nouveaux produits hypothécaires.

6.1 Deux importantes modifications législatives

Avant 1960, les banques participaient peu au marché des prêts hypothécaires. Elles s'occupaient surtout de financer les entreprises. Les consommateurs devaient donc traiter avec une « société de financement » pour obtenir un prêt hypothécaire. Cependant, deux événements majeurs vont contribuer à modifier le rôle des banques dans le marché du financement de l'habitation au Canada.

En 1954, à la suite de la modification la *Loi nationale sur l'habitation*, le gouvernement fédéral permet à la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) d'assurer certains prêts hypothécaires. Assurées contre le défaut de paiement des emprunteurs, les banques canadiennes octroient plus facilement du crédit hypothécaire aux consommateurs.

Toutefois, ce n'est qu'en 1967, à la suite de la Commission royale d'enquête sur le système bancaire et financier⁵³ que la *Loi sur les banques* permet aux banques de devenir véritablement concurrentielles sur le marché des prêts hypothécaires. Pour rendre le système bancaire plus *ouvert et compétitif (italique de l'auteur)*, on abroge la disposition qui limite à 6 % le taux d'intérêt annuel que peuvent demander les banques et on les autorise à s'engager dans le domaine des prêts hypothécaires.⁵⁴

La mise en place d'un assureur de prêt hypothécaire (SCHL) et la modification de la *Loi sur les banques* sont probablement les deux plus importants événements du XXe siècle qui ont façonné l'aspect actuel du marché hypothécaire canadien. D'ailleurs,

⁵³ Elle est mieux connue sous le nom de Commission Porter

⁵⁴ Pour avoir plus d'information à ce chapitre, vous pouvez consulter le site suivant :

<http://www.thecanadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=f1SEC846070>

comme nous l'avons vu précédemment, les banques sont aujourd'hui les principaux acteurs du marché des prêts hypothécaires au Canada.

6.2 Une situation paradoxale

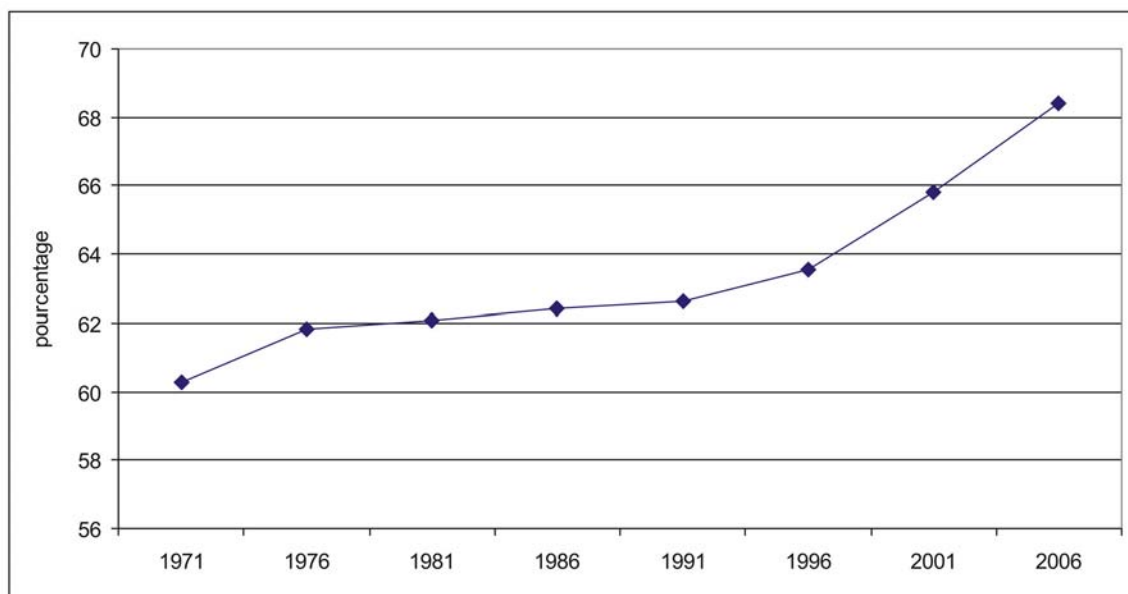
Les options de remboursement des premiers produits hypothécaires offerts par les banques sont relativement rigides si on les compare aux pratiques actuelles du marché. À l'époque, l'emprunt hypothécaire s'amortit uniquement sur une période de 25 ans, le taux d'intérêt et les modalités de remboursement sont fixes et la mise de fonds obligatoire est de 25 %.

« L'idée qu'une hypothèque est une hypothèque remonte sans doute à cette époque, alors qu'un seul type de prêt hypothécaire était véritablement offert : à long terme, à taux fixe, avec des modalités de paiement fixes (...). »⁵⁵

Les modalités rigides des premiers produits hypothécaires n'empêchent pas les Canadiens à recourir à l'emprunt hypothécaire. En effet, depuis l'établissement de l'assurance prêt hypothécaire et des modifications apportées à la *Loi sur les banques* en 1967, ils sont de plus en plus nombreux à être propriétaires. Le graphique ci-dessous illustre l'augmentation constante du taux de propriété chez les ménages canadiens entre 1971 et 2006.

⁵⁵ Cefis, Alberta et Roberta Hague, *Tout sur les prêts hypothécaires*, publications MNH Inc, 2004, p. 16.

Taux de propriété des ménages, Canada, 1971 à 2006⁵⁶



Cependant, le souffle donné par les modifications législatives de 1967 semble s'épuiser dès 1976. Alors qu'entre 1971 et 1976 le taux de ménages propriétaires avait augmenté de près de 2 %, les quinze années suivantes réussissent à peine à faire augmenter le taux de propriété de 1 %.

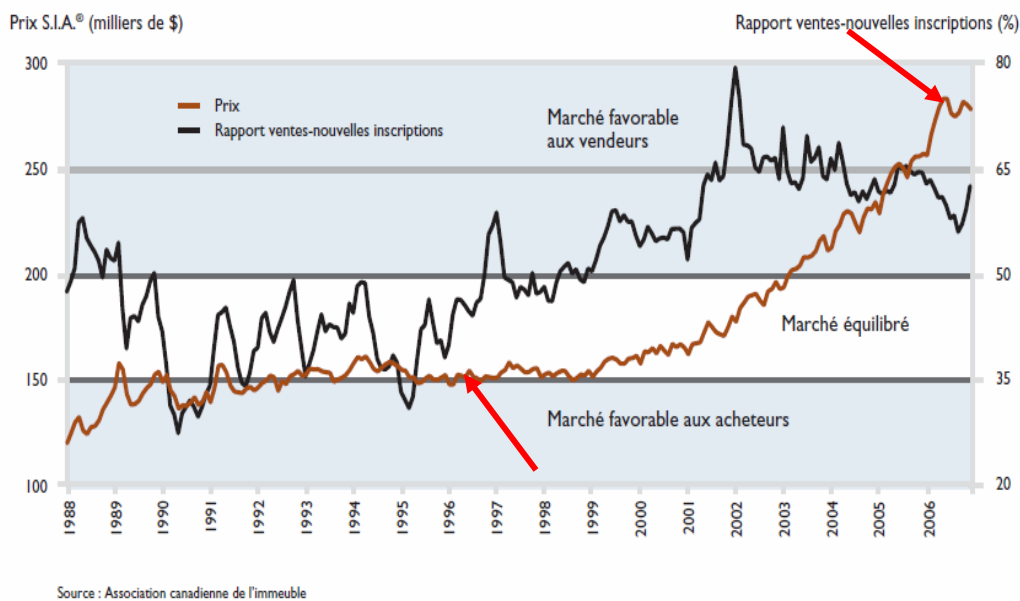
À partir de 1991, on remarque une croissance importante du taux de propriété des ménages. Une tendance qui s'accélère rapidement à partir de 1996 jusqu'en 2006 (date des dernières statistiques disponibles).

Cette croissance du taux de propriété est particulièrement étonnante si l'on tient compte de l'augmentation constante et rapide du prix moyen des propriétés vendues au Canada. Tel que l'illustre la courbe pointée par les deux flèches du graphique ci-dessous, le prix moyen des logements est passé d'environ 150 000 \$ en 1996 à environ 275 000 \$ en 2007.⁵⁷

⁵⁶ <http://www12.statcan.gc.ca/francais/census06/analysis/shelter/pdf/97-554-XIF2006001.pdf>, consulté le 22 janvier 2009.

⁵⁷ SCHL, L'observateur du logement au Canada 2007, p. 43.

FIGURE 4-6
RAPPORT VENTES-NOUVELLES INSCRIPTIONS ET PRIX DES LOGEMENTS VENDUS
PAR L'ENTREMISE DU SERVICE INTER-AGENCES®, CANADA, 1988-2006



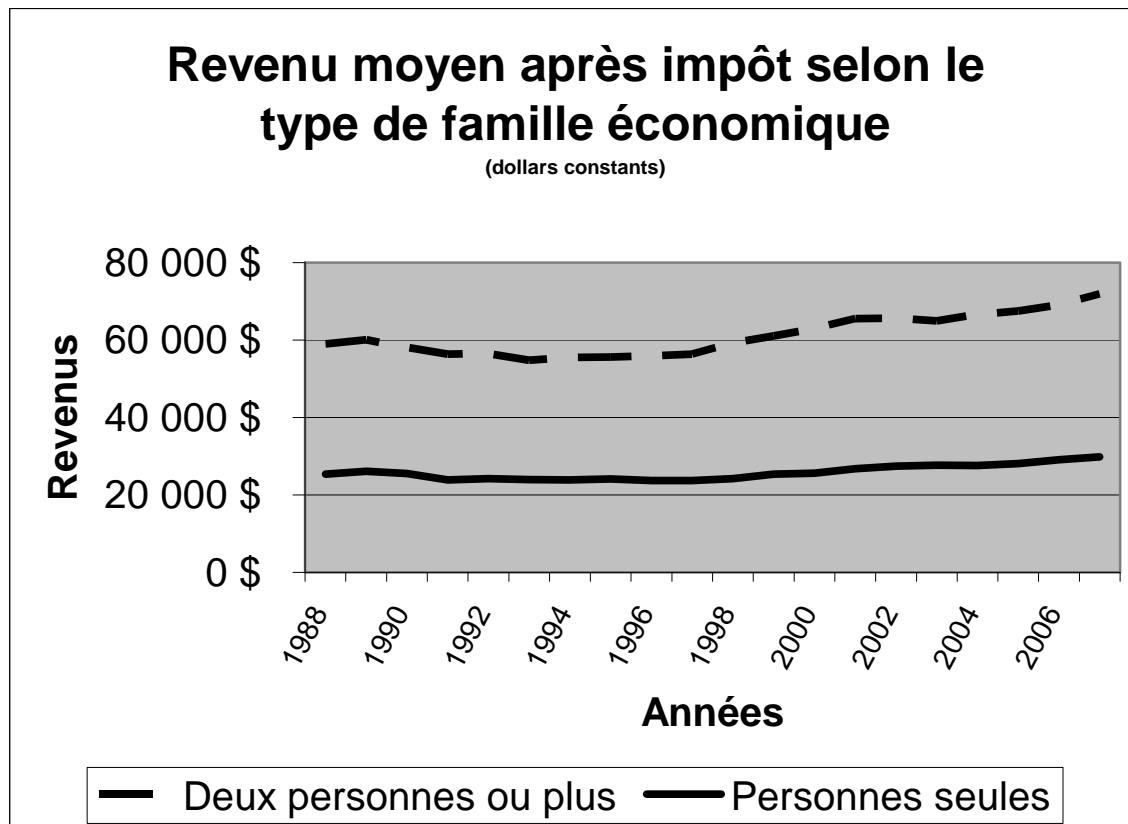
Société canadienne d'hypothèques et de logement

Ainsi, entre 1996 et 2006, l'augmentation annuelle moyenne du prix des propriétés s'élève à près de 6 %. Un taux de croissance trois fois plus élevé que le taux d'inflation ciblé par la Banque du Canada de 2%.

L'augmentation rapide du prix des maisons devrait, en théorie, décourager les consommateurs à en acheter. Or, au contraire, elle semble avoir encouragé les Canadiens à devenir propriétaires. En effet, le taux de propriétaire est passé d'environ 63 % en 1996 à plus de 68 % en 2006.

Cette situation est particulièrement intéressante lorsque l'on analyse l'évolution des revenus des familles canadiennes⁵⁸.

⁵⁸ Statistique Canada, CANSIM, tableau 202-0603 et produit no 75-202-X au catalogue.



Selon le tableau ci-dessus, de 1988 à 2007, en dollars constants, le revenu moyen après impôt des personnes seules a très peu augmenté. Par contre, les familles qui comptent deux personnes ou plus ont vu leurs revenus réels augmenter sensiblement à partir de 1996. Celui-ci est passé de 55 900 (1996) à 71 900 \$ (2007). Une augmentation de près de 29 %.

Si, les familles canadiennes de deux personnes et plus ont vu leur revenu augmenté au cours des dernières années, cette augmentation est beaucoup moins soutenue que l'augmentation du prix moyen des logements. En ce sens, elle ne pourrait expliquer complètement comment le taux de ménages propriétaires a pu augmenter au moment même où le prix des propriétés vendues au Canada a presque doublé. Les innovations financières et, par le fait même, l'apparition de nouveaux produits hypothécaires pourraient expliquer, en partie, ce phénomène.

6.3 Les innovations financières

Selon la SCHL, certains facteurs sociodémographiques et économiques permettent d'expliquer l'engouement des Canadiens pour la propriété : vieillissement de la population, croissance de l'emploi, taux hypothécaires relativement faibles, augmentation du prix des logements locatifs dans les centres urbains, etc.

Cependant, selon la SCHL, ces facteurs sociodémographiques ne peuvent, à eux seuls, expliquer l'augmentation du taux de ménages propriétaires. Selon elle, *les innovations introduites sur le marché financier ont également facilité l'accès aux logements pour propriétaire-occupant.*⁵⁹

Ce raisonnement est d'ailleurs partagé par le Bureau de la consommation dans son dernier Rapport sur les tendances en consommation :

(...)les lois qui ont été modifiées et des pratiques adoptées sur le marché privé pendant cette période ont encouragé certaines personnes à s'endetter davantage que cela n'aurait été possible auparavant pour acheter une propriété.⁶⁰

Les premières innovations financières ayant favorisé l'accès à la propriété concernent les modifications apportées au montant et à la provenance de la mise de fonds à verser lors de l'achat d'une propriété. En 1990, par le biais de la SCHL, le gouvernement fédéral lance l'assurance prêt hypothécaire avec une mise de fonds de 5 %. De la sorte, les consommateurs ont donc accès à un prêt hypothécaire en ne versant qu'une très faible mise de fonds.

En 1992, le gouvernement fédéral met sur pied le programme du Régime d'accès à la propriété (RAP). Ce programme autorise les Canadiens à utiliser jusqu'à 20 000 \$ (ou 40 000 \$ par couple) de leur régime enregistré d'épargne-retraite (REER) pour verser la mise de fonds pour l'achat de leur propriété. En faisant appel à ce programme, les consommateurs s'empruntent de l'argent et, s'ils ne veulent pas être imposés sur les sommes retirées du programme enregistré, ils doivent rembourser les sommes utilisées

⁵⁹ Société canadienne d'hypothèques et de logement, Observateur du logement 2008, p. 35.

⁶⁰ <http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/ca02111.html>, consulté le 2 mars 2009.

dans un délai de 15 ans, après les deux premières années de congé de paiement. Évidemment, pendant la période de remboursement, les consommateurs perdent le rendement sur les sommes retirées du REER. .

Quelques années plus tard, le gouvernement autorise les prêteurs à financer la mise de fonds de 5 % de leur client. Certains emprunteurs pourront utiliser leur marge de crédit ou leur carte de crédit pour effectuer cette mise de fonds.

Puis, en novembre 2006, la SCHL ajoute un autre produit à son éventail : le *Flex 100 SCHL*. Moyennant une prime d'assurance supplémentaire, l'emprunt hypothécaire peut atteindre 100 % du prix d'achat de la propriété.⁶¹

Une nouvelle option est maintenant disponible pour faire un achat sans mise de fonds : une hypothèque à 100 % de la valeur de la maison. Dans ce cas, 100 % de l'argent nécessaire pour l'achat est emprunté. Le taux d'intérêt est le meilleur taux du prêteur.⁶²

En plus de ces innovations financières portant principalement sur le montant et la provenance de la mise de fonds, les modifications apportées à la période d'amortissement éligible à l'assurance hypothécaire ont également pu jouer un rôle dans l'accès à la propriété.

En février 2006, dans le cadre d'un projet pilote, la SCHL communique aux acteurs de l'industrie pour indiquer qu'elle assure désormais les prêts assortis d'une période d'amortissement de 30 ans.⁶³ Puis, en juin 2006, quatre mois plus tard, la SCHL régularise le projet pilote et met sur le marché une assurance prêt hypothécaire pour les prêts amortis sur une période de 35 ans. Finalement, en décembre 2006, la SCHL annonce que les prêts hypothécaires amortis sur une période de 40 ans seront aussi éligibles à l'assurance hypothécaire.

⁶¹ Jusqu'au 14 octobre 2008, les consommateurs canadiens trouvaient sur le marché canadien des hypothèques sans mise de fonds. La crise des subprimes états-uniennes et la crise financière qui s'en suivit encouragèrent le gouvernement fédéral à modifier la législation alors en vigueur pour obliger les consommateurs canadiens à épargner au moins 5 % de la valeur de leur propriété avant l'achat.

⁶² http://www.informezvous.com/hypothèque/strategie_hypothèque_sans_mise_de_fonds.html, consulté le 10 novembre 2008.

⁶³ <http://www.schl.ca/fr/inso/sapr/co/2006/2006-02-25-1400.cfm?renderforprint=1> consulté le 21 octobre 2008.

Bref, en l'espace de 10 mois, de février à décembre 2006, l'assurance prêt hypothécaire de la SCHL s'est étendue aux produits hypothécaires amortis sur une période de 25 ans à une période de 40 ans. En octobre 2008, le gouvernement fédéral modifiera le régime de garantie de l'assurance hypothécaire pour restreindre à 35 ans la période d'amortissement assurable.

En plus des prêts hypothécaires à amortissement prolongé, de nouveaux produits hypothécaires permettront à des personnes plus à risque d'accéder à l'emprunt hypothécaire. En 2006, de nouveaux produits d'assurance prêt hypothécaire permettent aux travailleurs autonomes et aux nouveaux arrivants de pouvoir faire assurer leur emprunt hypothécaire.

En somme, de 1990 à 2006, une panoplie d'innovations financières permettront à de plus en plus de Canadiens d'accéder au crédit hypothécaire pour acheter une propriété. Ce que de nombreux Canadiens feront.

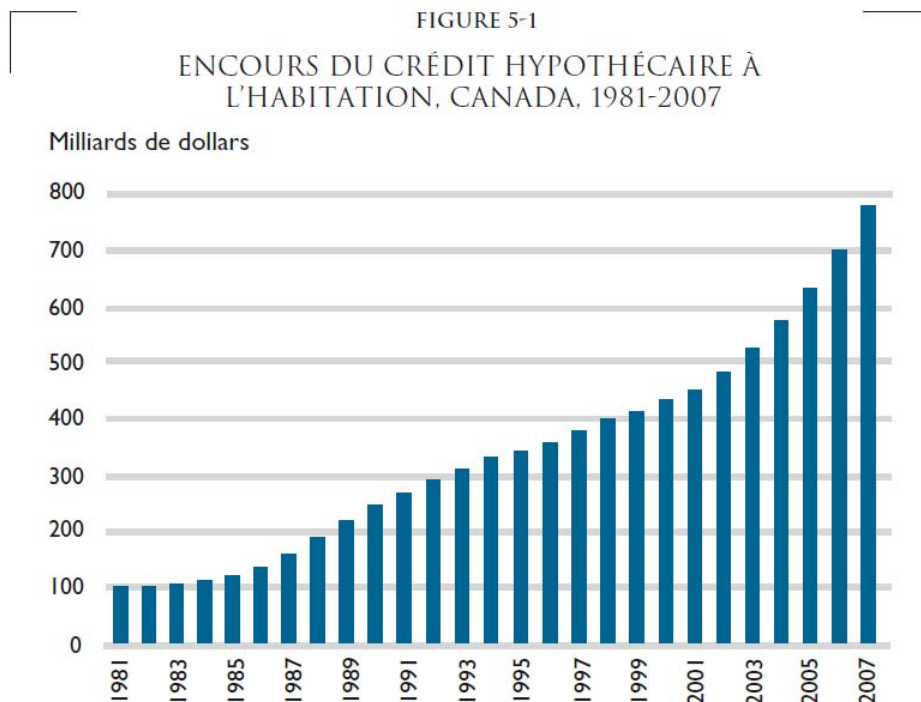
6.4 Une population plus endettée

Si les innovations financières ont fait augmenter le nombre de propriétaires au Canada, elles ont aussi fait augmenter significativement l'endettement des ménages canadiens. Selon un document réalisé par Philippe Le Goff de la division de l'économie du service d'information et de recherche parlementaire :

(...) entre 1999 et 2005, l'endettement total des ménages canadiens a augmenté de 47,5 p.100. Cette hausse est principalement attribuable à deux facteurs, soit l'augmentation du coût d'achat d'une maison et l'augmentation de la proportion de familles propriétaires d'un logement avec hypothèque. D'ailleurs, en 2005, la valeur médiane des hypothèques sur la résidence principale était de 90 000 \$, en hausse de 17,5 p.100 par rapport aux 76 600 \$ enregistrés en 1999. Plus que toute autre chose, c'est probablement la hausse de 40 p.100 de l'encours des prêts hypothécaires à l'habitation au Canada qui illustre le mieux la formidable croissance du marché immobilier résidentiel :

entre 2001 et 2005, il est passé de 446 à plus de 623 milliards de dollars (3).⁶⁴

De surcroît, de 1984 à 1999, l'emprunt hypothécaire canadien a connu un taux de croissance annuel moyen de 6,3 %.⁶⁵ Le graphique ci-dessous illustre cette tendance.⁶⁶



Bref, en encourageant l'accès à la propriété par la mise sur pied de divers incitatifs, le gouvernement fédéral par l'entremise du régime de garantie de l'assurance hypothécaire et de la SCHL réussi à accroître le taux de ménages propriétaires des Canadiens. En revanche, la population canadienne est plus endettée et plus vulnérable à l'augmentation des taux d'intérêt.

⁶⁴ <http://www.parl.gc.ca/information/library/PRBpubs/prb0601-f.htm>, consulté le 2 mars 2009.

⁶⁵ <http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/ca02111.html>, voir figure 7.2, consulté le 2 mars 2009.

⁶⁶ SCHL, Observateur du logement au Canada 2008.

6.5 De nouveaux produits hypothécaires

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) identifie quatre nouveaux produits hypothécaires :

1. des prêts hypothécaires assurés pouvant atteindre 100 % (désormais, le maximum est de 95 %) de la valeur de la propriété, offerts aux emprunteurs qui possèdent de bons antécédents en matière de crédit;
2. des produits conçus expressément pour le marché du crédit hypothécaire à risque plutôt faible² ou à risque élevé³;
3. des prêts amortis sur des périodes plus longues (pouvant atteindre 40 ans dans le cas des prêts hypothécaires assurés à rapport prêt-valeur élevé⁴) qui ont pour effet de réduire les versements mensuels de principal et d'intérêt, mais d'augmenter le montant total des intérêts que paiera l'emprunteur pendant toute la durée du prêt;
4. des produits hybrides (offerts par certains prêteurs) réunissant diverses modalités, par exemple un plafond fixe que le montant du prêt ne dépassera jamais, conjugué à la possibilité de choisir parmi des combinaisons de prêts hypothécaires et de marges de crédit assortis de différents termes, ou encore de taux fixes et de taux variables.

Dans cette section, nous analyserons les caractéristiques de ces produits à l'exception des prêts à risque qui sont principalement octroyés par des prêteurs alternatifs qui sont, eux, habituellement sous la compétence des gouvernements provinciaux. Pour chacun des produits, nous décrirons leurs avantages et leurs inconvénients et nous examinerons des exemples concrets de ces produits hypothécaires vendus par certaines institutions financières canadiennes.

6.5.1 Les prêts hypothécaires assurés requérant une faible mise de fonds

Les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds se différencient de l'hypothèque dite conventionnelle qui, elle, requiert une mise de fonds de l'ordre de 25 % de la valeur de la propriété. En faisant appel à ces produits, les consommateurs peuvent acheter une propriété (maison unifamiliale, condominium, duplex) en ne versant qu'un faible capital au moment de l'achat. Ainsi, les consommateurs accèdent plus rapidement à la propriété puisqu'ils ne sont plus dans l'obligation d'épargner des montants importants avant l'achat.

Les institutions financières de compétence fédérale doivent faire assurer les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds auprès d'un assureur hypothécaire comme la Société canadienne d'hypothèque et de logement (SCHL). Le montant de la prime dépend, entre autres, du rapport entre le montant total de l'emprunt et de la valeur de la propriété. Cette prime varie de 0,65 % à 2,75 % du montant total emprunté en plus de payer les taxes.⁶⁷ Si le montant de la prime est ajouté au montant emprunté, le consommateur payera des intérêts sur cet emprunt additionnel.

Avantages

Les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds permettent aux Canadiens détenant peu d'épargne d'accéder rapidement à la propriété. La mise de fonds minimale de 5 % peut même provenir d'un proche parent pourvu que ce soit un don non remboursable.

Inconvénients

En revanche, accéder plus rapidement à la propriété comporte aussi de nombreux désavantages. D'un, les consommateurs doivent payer une prime d'assurance prêt hypothécaire qui peut représenter jusqu'à 2,75 % du coût d'achat de la propriété. De deux, en empruntant des montants plus importants, les consommateurs paient plus d'intérêt que s'ils avaient épargné pour verser une mise de fonds plus considérable.

⁶⁷ Primes de la SCHL au 28 août 2008. Voir : http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/co/asprhy/asprhy_010.cfm

Ci-dessous se trouve un tableau synthétique qui présente les avantages et les inconvénients pour le consommateur d'avoir recours à ce type de produit.

Tableau des avantages et inconvénients des produits hypothécaires requérant une faible mise de fonds

Avantages
➤ Accession plus rapide à la propriété pour les consommateurs, car la mise de fonds est minime.
➤ La mise de fonds peut provenir de différentes sources comme la famille.
➤ Comme le prêt hypothécaire est assuré, les prêteurs accordent des taux d'intérêt concurrentiels.
Inconvénients
➤ La prime d'assurance prêt hypothécaire supplémentaire est chère. Elle peut atteindre 2,75 % du montant emprunté.
➤ Plus le montant emprunté est important, plus le montant des intérêts payés est élevé.
^[1] http://www.schl.ca/fr/co/asprhy/opfi/upload/Mise-de-fonds-multisource-Oct08.pdf , consulté le 22 janvier 2008

Le marché canadien des prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds

Les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds sont disponibles dans la majorité des institutions financières canadiennes.

On les retrouve dans les principales banques canadiennes, dont Banque Royale⁶⁸, la Banque Nationale⁶⁹, la CIBC⁷⁰, la TD⁷¹, la Banque de Montréal⁷² et la Banque Scotia⁷³.

⁶⁸ <http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SMkv0I71JscAMJBqtvM/produits/hypotheques/down-payment-options.html>

⁶⁹ http://www.bnc.ca/bnc/cda/feeds5/0.2726.divId-2_langId-2_navCode-12872_navCodeExTh-4050,00.html, consulté le 11 novembre 2008.

⁷⁰ <http://www.cibc.com/ca/mortgages/flexible-downpayment-mortg-fr.html>, consulté le 11 novembre 2008.

⁷¹ <http://www.tdcanadatrust.com/francais/prethypothecaires/highratio.jsp>, consulté le 11 novembre 2008.

⁷² http://www4.bmo.com/particuliers/0.4344,35702_37177,00.html?pChannelId=37138, consulté le 11 novembre 2008.

⁷³ http://scotiabank.com/cda/content/0.1608.CID11044_LIDfr.00.html, 11 novembre 2008.

On retrouve aussi les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds dans les caisses d'épargne et de crédit. À titre d'exemple, les caisses populaires Desjardins⁷⁴, Vancity⁷⁵ et Envision Credit Union⁷⁶ en offrent toutes aux consommateurs.

D'autres entreprises qui, à l'origine, n'étaient pas dans le domaine des services bancaires ont aussi déployé des efforts pour obtenir la possibilité d'offrir des prêts hypothécaires, dont les produits hypothécaires requérant une faible mise de fonds. À titre d'exemple, la Financière Manuvie, à l'origine une compagnie d'assurance, est devenue une société de services financiers⁷⁷ qui offre, par le biais de la Banque Manuvie, ce type de prêts.⁷⁸ L'entreprise Canadian Tire, spécialisée dans la vente au détail, offre désormais ces prêts par l'intermédiaire de sa banque virtuelle. Loblaw, une entreprise du secteur de la distribution alimentaire offre, elle aussi, par l'intermédiaire d'une filiale bancaire, des produits hypothécaires requérant une faible mise de fonds⁷⁹.

En somme, les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds sont très répandus au Canada. Ci-dessous, nous examinerons les prêts hypothécaires avec remise en argent offert par la Banque Toronto-Dominion. Ces prêts peuvent aussi être amortis sur de longues périodes. Nous avons choisi la Banque TD parce qu'elle est, en terme d'actif, la deuxième plus importante institution financière au Canada.⁸⁰

6.5.2 Les prêts hypothécaires avec remise en argent

Le produit hypothécaire avec remise en argent permet aux consommateurs, en contrepartie d'un taux d'intérêt plus élevé et d'un terme de 5 à 7 ans, de recevoir une

⁷⁴ J'ai téléphoné à Mr. Moyeu le 12 novembre 2008 de la Caisse du Mont-Royal Est au sujet des prêts à faible mise de fonds. Ils sont disponibles à condition de payer l'assurance hypothécaire.

⁷⁵ <https://www.vancity.com/MyMoney/ProductsandServices/Borrowing/Mortgages/Options/FixedTermMortgages/>

⁷⁶ <http://www.envisionfinancial.ca/page81.aspx#Save>, consulté le 12 novembre 2008.

⁷⁷ http://www.banquemanuvie.ca/canada/canada1.nsf/public/about_mlif, consulté le 12 novembre 2008.

⁷⁸ http://www.banquemanuvie.ca/canada/mBank.nsf/Public/prm_f, consulté le 12 novembre 2008.

⁷⁹ <http://www.banking.pcfincial.ca/a/products/mortgagesMenu/cashBackMortgage.page>, consulté le 12 novembre 2008.

⁸⁰ <http://www.cba.ca/fr/content/stats/080902-Banker%20Rankings%202007%20FR.pdf>, consulté le 10 novembre 2008.

somme d'argent utilisable directement comme mise de fonds.⁸¹ Mais est-ce une bonne affaire ? Examinons l'offre qu'un agent nous a faite par téléphone.⁸²

Le 10 novembre 2008, pour obtenir une remise en argent de 5 % à la TD, le consommateur doit consentir à un terme de 6 ans et un taux d'intérêt fixe d'environ 7,45 %. En comparaison, le taux fixe pour les prêts hypothécaires de 5 ans fermés est de 5,8 % et le taux variable de 5 %. À l'aide du tableau ci-dessous, comparons le coût en intérêt du prêt avec remise en argent et celui du prêt à taux fixe sans remise en argent.

Caractéristiques du prêt	
Montant du prêt	200 000 \$
Période d'amortissement	25 ans
Fréquence des versements	Mensuelle
Terme	6 ans
Intérêts payés à la fin du terme	
Hypothèque remise en argent (taux 7,45%)	83 804 \$
Hypothèque à taux fixe fermé (taux 5.8%)	64 657 \$
Différence d'intérêts payés	19 147 \$

À la lumière de ce tableau, en choisissant le prêt avec remise, le consommateur paie 19 147 \$ de plus en intérêt au terme de son contrat hypothécaire pour obtenir une remise en argent de 10 000 \$. La remise en argent lui aura donc coûté 9 147 \$.

Comme la remise en argent a, ultimement, un coût, cette remise en argent s'apparente davantage à un prêt portant intérêt. En effet, le consommateur pourrait emprunter auprès d'une autre institution financière un montant équivalent à la remise en argent et bénéficier, en contrepartie, peut-être, d'un meilleur taux d'intérêt sur son prêt hypothécaire.

Or, pour comparer le taux d'intérêt de la remise en argent avec le taux d'intérêt d'un prêt personnel, il faut connaître le taux d'intérêt implicite de cette remise en argent,

81 Pour avoir droit à ce produit, les consommateurs doivent détenir 1,5 % de la valeur de la maison pour couvrir les frais de clôtures (notaire, déménagement, inspection, taxes).

82 Selon les informations obtenues par téléphone avec le conseiller hypothécaire du nom de Mathieu de la Banque TD situé au 3590 rue Saint-Laurent à Montréal. L'appel a été effectué le 10 novembre 2008.

ce qui n'est pas simple à calculer. Pour ce faire, nous avons dû faire appel au service d'un expert en finances personnelles qui, après mûre réflexion, nous a démontré qu'il était de 19,4 %⁸³, soit le taux de la majorité des cartes de crédit offertes par les institutions financières canadiennes. Dans ce cas, de toute évidence, le consommateur aurait avantage à prendre le prêt hypothécaire au taux le plus bas et emprunter 10 000 \$ ailleurs.

Certes, un consommateur averti se doutera de cette manœuvre financière, mais ce dernier ne pourra pas nécessairement calculer le coût exact de cette offre à long terme. D'ailleurs, le produit est annoncé de la façon suivante⁸⁴ :

Votre prêt hypothécaire	Votre remise en argent de 5 %
100 000\$	5 000\$
150 000\$	7 500\$
200 000\$	10 000\$
250 000\$	12 500\$
300 000\$	15 000\$

et⁸⁵

⁸³ Selon Éric Brassard, www.ericbrassard.com.

⁸⁴ http://www.tdcanadatrust.com/francais/prethypothecaires/5_cashback.jsp, consulté le 25 mai 2009.

⁸⁵ <http://www.rbcbanqueroyle.com/RBC:ShraZY71A8UAJPC6OIM/produits/hypotheques/cashback.html>, consulté le 25 mai 2009.

Sur une hypothèque de	Remise en argent de 4 %	Remise en argent de 5 %	Remise en argent de 7 %
75 000 \$	3 000 \$	3 750 \$	5 250 \$
100 000 \$	4 000 \$	5 000 \$	7 000 \$
150 000 \$	6 000 \$	7 500 \$	10 500 \$
200 000 \$	8 000 \$	10 000 \$	14 000 \$
250 000 \$	10 000 \$	12 500 \$	17 500 \$

Sur ces publicités, on ne voit pas la différence des frais d'intérêt payés à l'échéance du terme si l'on choisit un prêt avec remise en argent ou un prêt sans remise en argent. De plus, nous n'avons pas trouvé d'outils interactifs simplifiés qui permettraient aux consommateurs de calculer le taux d'intérêt implicite de cette remise en argent. Un tel outil ne semble pas exister ni sur le site Internet des institutions financières offrant ce produit ni sur le site de l'ACFC.

De surcroît, en choisissant un prêt hypothécaire requérant une faible mise de fonds, le consommateur payera non seulement des intérêts supplémentaires comparativement à un prêt avec une mise de fonds traditionnel, mais il devra s'acquitter des frais de la prime de l'assurance prêt hypothécaire et des taxes qui en découlent. Dans les publicités ci-dessous, cette information n'apparaît pas clairement.

Recommandations

Option consommateurs recommande à l'ACFC de développer un outil permettant de calculer le taux d'intérêt implicite de la somme d'argent qui est remise en « cadeau » lorsqu'un consommateur s'engage à prendre un prêt hypothécaire à taux fixe pour une période allant de 5 à 7 ans auprès d'une institution financière.

Option consommateurs recommande au gouvernement fédéral d'encadrer les prêts avec remise en argent et d'obliger les institutions financières à en divulguer plus clairement le coût.

6.5.3 Les prêts hypothécaires à amortissement prolongé⁸⁶

Avantages

Le plus important avantage du prolongement de la période d'amortissement du prêt hypothécaire est qu'il permet au consommateur de réduire le montant des versements périodiques. Cela a deux conséquences au chapitre de l'accessibilité. D'une part, des consommateurs qui gagnent de plus faibles revenus peuvent désormais envisager d'acheter une propriété. D'autre part; les consommateurs qui avaient déjà accès à la propriété peuvent se procurer des maisons plus onéreuses qu'auparavant.

On pourrait ajouter que le prolongement de la période d'amortissement permet aux emprunteurs de profiter de l'effet de levier. Selon le site Internet de la Banque Scotia, l'effet de levier consiste à emprunter un certain montant pour investir dans l'anticipation que les rendements sur les placements seront supérieurs au coût de l'emprunt.⁸⁷ Ainsi, en réduisant les versements mensuels de son hypothèque grâce à l'amortissement prolongé, l'emprunteur peut décider d'investir l'argent libéré dans un produit financier qui lui semble plus rentable à long terme. Les prêts à amortissement prolongé ajoutent donc une flexibilité financière à l'emprunteur.

Ceci étant dit, utiliser son emprunt hypothécaire comme outil financier demande une excellente planification financière et une tolérance au risque qui n'est peut-être pas à la portée de tous les Canadiens. D'ailleurs, rappelons que, selon une enquête de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) réalisée en 2007 auprès des emprunteurs hypothécaires, 75 % des répondants qui ont acheté une maison au cours de

⁸⁶ Un prêt amorti sur une période de 30 à 40 ans est considéré comme étant un prêt hypothécaire à amortissement prolongé.

⁸⁷ http://scotiabank.com/cda/content/0.1608.CID9661_LIDfr.00.html, consulté le 2 février 2009.

la dernière année indiquent que leur objectif est de rembourser leur emprunt le plus rapidement possible.⁸⁸ De ce point de vue, la majorité des nouveaux emprunteurs n'utilisent pas leur prêt hypothécaire comme levier financier.

Inconvénients

Le premier inconvénient et non le moindre d'un prêt hypothécaire amorti sur une longue période est son coût en intérêt.⁸⁹ Une hypothèque de 100 000 \$ amortie sur une période de 25 ans, remboursée mensuellement à un taux d'intérêt annuel de 6,5 %, aura coûté 100 949 \$ en intérêt à l'échéance du prêt.⁹⁰ Le même prêt, amorti sur une période de 35 ans, coûtera au total 151 256 \$. Il s'agit d'une augmentation d'environ 50 % du coût du prêt en intérêt.

En plus de ce coût additionnel en intérêt, le consommateur doit payer une prime supplémentaire d'assurance prêt hypothécaire lorsqu'il prolonge la période d'amortissement au-delà de 25 ans. Cette surprime est de 0,2 % par tranche de 5 ans.⁹¹

Ci-dessous, vous trouverez un tableau synthétisant les avantages et les inconvénients des prêts hypothécaires à amortissement prolongé.

Tableau des avantages et des inconvénients des prêts à amortissement prolongé

Avantages
➤ Facilite l'accès à la propriété.
➤ Augmentation du montant pouvant être emprunté.
➤ À la fin du terme, l'emprunteur peut modifier la période d'amortissement du prêt pour choisir une période d'amortissement plus courte.
➤ L'emprunteur peut se servir des sommes libérées pour investir et bénéficier de l'effet de levier.

⁸⁸ <http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/clfihaclin/asprhy/enem/index.cfm> consulté le 24 octobre 2008.

⁸⁹ Nous faisons l'hypothèse que le prêt n'a pas été utilisé comme levier financier et que cette stratégie financière aurait réussie.

⁹⁰ Calcul effectué à partir de la calculatrice hypothécaire de l'Agence de consommation en matière financière du Canada au http://www.fcac-acfc.gc.ca/Tools/Mortgage/PaymentCalc/MortgagePayment_f.asp.

⁹¹ http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/co/asprhy/asprhy_005.cfm, consulté le 2 février 2009.

Inconvénients
➤ Augmentation du coût d'emprunt.
➤ Augmentation du coût de la prime d'assurance prêt hypothécaire.

6.5.5 La marge de crédit hypothécaire

Une marge de crédit hypothécaire permet à l'emprunteur de réemprunter la portion de capital qu'il rembourse à chaque versement. Généralement, le montant de la marge de crédit doit être limité à 80 % de la valeur de la propriété.⁹² Pour en illustrer le fonctionnement, examinons la situation suivante : un couple rembourse 1000 \$ par mois dont 200 \$ sert à rembourser le capital emprunté et le reste du montant paie les intérêts du prêt. Or, ce 200 \$ remboursé au capital pourra être emprunté à partir de la marge de crédit hypothécaire. Donc, plus le couple rembourse son emprunt hypothécaire, plus il a accès au crédit.

Avantages

Les marges de crédit hypothécaires ont l'avantage d'offrir aux emprunteurs des fonds supplémentaires à un taux d'intérêt concurrentiel. Comme, le taux offert est habituellement situé entre ceux d'une marge classique et d'une hypothèque standard, le consommateur pourrait choisir d'utiliser avantageusement ce produit pour restructurer ses dettes. En y transférant l'argent emprunté sur d'autres instruments de crédit comme les cartes de crédit, les marges de crédit régulières ou un prêt automobile, le consommateur pourrait réduire le coût de son endettement.

De plus, ce produit offre une souplesse en matière de dépense et de remboursement. L'emprunteur peut utiliser sa marge de crédit pour financer des voyages, la consommation courante, les études, la voiture, les rénovations et ne rembourser que les intérêts de cet emprunt.

⁹² Jusqu'au 14 octobre 2008, la SCHL offrait une assurance prêt hypothécaire/marge de crédit jusqu'à concurrence de 90 % de la valeur de l'immeuble résidentiel. Or, en raison des turbulences économiques liées au prêt à risque, la SCHL a dû retirer son produit. Les banques ne peuvent donc plus offrir la marge de crédit hypothécaire si l'emprunteur n'a pas payé 20 % de la valeur de la propriété.

Inconvénients

Les marges de crédit hypothécaire ont un inconvénient de taille : l'accessibilité au crédit peut encourager les consommateurs à s'endetter davantage. De plus, l'institution financière peut demander au consommateur de payer une prime d'assurance marge de crédit auprès d'un assureur hypothécaire. Le coût de la prime varie de 0,5 % à 2,75 % du montant total du prêt.

Ci-dessous, sous la forme d'un tableau, nous avons synthétisé les avantages et les inconvénients de la marge de crédit hypothécaire.

Tableau comparatif des avantages et des inconvénients

Avantages
➤ Souplesse en matière des retraits et du remboursement des sommes empruntées.
➤ Permet une restructuration avantageuse des dettes du consommateur.
➤ Taux d'intérêt plus avantageux qu'une marge de crédit classique.
Inconvénients
➤ Peut encourager les consommateurs à s'endetter davantage.
➤ Coûteux à long terme.
➤ Le consommateur peut avoir à payer une prime pour faire assurer la marge auprès d'un assureur prêt hypothécaire.

À titre d'exemple, nous étudierons spécifiquement le produit hypothécaire Tout-en-Un de la Banque Canadian Tire. Il s'agit d'un produit hypothécaire associé à une marge de crédit.

À propos de la Banque Canadian Tire

Mieux connue à titre de détaillant, l'entreprise Canadian Tire possède désormais une banque. Depuis 2003, la Banque Canadian Tire accepte les dépôts des Canadiens et

exerce diverses activités de financement. Comme les autres banques, les dépôts de leurs clients sont assurés par la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC).⁹³

Si la Banque Canadian Tire détient une charte au même titre que, par exemple, la Banque Royale du Canada, ces deux prêteurs ont une différence de taille : la Banque Canadian Tire est une banque complètement virtuelle : aucune succursale bancaire ne dessert la clientèle. Les transactions sont effectuées par Internet⁹⁴ et par téléphone⁹⁵ et ses clients, pour accéder gratuitement à leur argent, doivent se présenter dans les guichets du réseau *Exchange ABM Network*⁹⁶ dont certains sont installés dans les magasins Canadian Tire.⁹⁷

Pour l'instant, la Banque Canadian Tire exerce ses activités financières dans les provinces de l'Alberta, de l'Ontario et de la Colombie-Britannique. Ses produits hypothécaires sont uniquement offerts dans ces trois provinces.

Le produit One-and-Only

En septembre 2007, quatre ans après avoir reçu sa charte, la Banque Canadian Tire⁹⁸ innove et met à la disposition des consommateurs un nouveau produit financier : le *One-and-Only*⁹⁹. Il s'agit d'un compte bancaire regroupant le prêt hypothécaire, le compte chèque, le compte épargne et la marge de crédit hypothécaire. Toutes les entrées et les sorties de fonds du consommateur sont effectuées à partir d'un seul compte bancaire.

Normalement, le produit *One-and-Only* est offert aux emprunteurs qui ont déjà remboursé 20 % du capital de leur maison. De plus, selon le centre d'appel de la Banque Canadian Tire¹⁰⁰, les emprunteurs doivent, au minimum, détenir une cote de crédit

⁹³ Notez que l'argent déposé dans le compte One-and-Only n'est pas assuré par l'assurance-dépôts.

⁹⁴ www.myctfs.com

⁹⁵ [/www.myctfs.com/ContactUs](http://www.myctfs.com/ContactUs)

⁹⁶ <http://www.the-exchange.ca/default.aspx?PageID=1006&LangID=en> consulté le 16 octobre 2008.

⁹⁷ <https://www.myctfs.com/ContactUs/InStoreLocator/> consulté le 16 octobre 2008.

⁹⁸ La Banque Canadian Tire existe depuis 2003.

⁹⁹ Notez qu'en date du 9 octobre 2008, le site Internet de la Banque Canadian Tire (www.myctfs.com) n'était pas disponible en français.

¹⁰⁰ Appel effectué le 20 octobre 2008 au service à la clientèle 1-866-681-2837 avec une préposée se prénommant Barb.

Beacon de 680 pour obtenir ce produit. Les emprunteurs doivent aussi démontrer une certaine stabilité au chapitre des revenus.

Comme les autres comptes bancaires traditionnels, les consommateurs peuvent, à partir du compte *One-and-Only*, déposer leurs payes, leurs chèques et leur argent. Ils peuvent aussi tirer des chèques, transférer des fonds et effectuer des paiements préautorisés. L'emprunteur a accès à un relevé de compte sur le site de la banque.

Le principal avantage de ce compte est que chaque dollar déposé réduit instantanément le montant total de l'hypothèque dû à la banque. N'étant plus obligé d'attendre les périodes de versements fixes, le consommateur peut réduire le coût total des intérêts payés sur son hypothèque. De plus, contrairement aux prêts hypothécaires traditionnels, les consommateurs ne payent aucune pénalité lorsqu'ils versent des sommes considérables pour accélérer le remboursement de l'emprunt.

La marge de crédit qui accompagne le compte *One-and-Only* fonctionne comme une marge de crédit hypothécaire régulière. Chaque remboursement fait au capital emprunté est libéré et peut être réemprunté par le biais de la marge de crédit.

Selon un préposé au service à la clientèle de la Banque Canadian Tire, cette banque n'exige pas que le consommateur fasse assurer sa marge de crédit.¹⁰¹ Le consommateur n'est donc pas obligé de payer une prime d'assurance lorsqu'il utilise la marge.

La marge de crédit offerte à l'intérieur du compte *One-and-Only* est très souple quant au remboursement. L'emprunteur peut décider de ne rembourser que les intérêts de cette marge de crédit hypothécaire, et ce, à perpétuité.

Finalement, la Banque Canadian Tire offre, gratuitement, un service d'évaluation de la valeur marchande de votre propriété. Elle peut donc déterminer si vous êtes en mesure d'augmenter la limite de votre marge de crédit en fonction de l'augmentation de la valeur de la maison.¹⁰²

¹⁰¹ Appel fait le 5 mars.

¹⁰² Il semble qu'un certain conflit d'intérêts peut exister ici entre l'évaluation de la valeur marchande de la maison et la volonté de la banque à prêter de l'argent aux consommateurs. Il faudrait évaluer les critères utilisés par la Banque Canadian Tire pour déterminer s'ils sont conformes avec les pratiques actuelles de l'industrie bancaire relativement à l'évaluation de la valeur de la propriété.

7. SONDAGE : ÉVALUER LES CONNAISSANCES DES CANADIENS

Dans le cadre de cette recherche, Option consommateurs voulait évaluer les connaissances des Canadiens sur les produits hypothécaires, en particulier sur les caractéristiques des nouveaux produits offerts sur le marché. Pour ce faire, nous avons réalisé un questionnaire contenant neuf questions qui ont été révisées par un spécialiste en méthodologie.¹⁰³

Une fois le questionnaire approuvé par le comité tripartite, Option consommateurs a sondé les connaissances des Canadiens par l'entremise d'une firme spécialisée en sondage : Environics Research Group¹⁰⁴. Fondée en 1970, cette firme effectue 2000 groupes de discussion et 250 000 interviews par année. Son siège social est localisé à Toronto, mais l'entreprise a des succursales et des affiliés à Ottawa, Calgary, Montréal, Oakland, New York et Washington D.C.

7.1 Méthodologie du sondage

À la suite du sondage, l'entreprise Environics nous a remis un rapport expliquant la méthodologie utilisée pour sonder les Canadiens. Nous en résumons les grandes lignes.

Du 22 au 28 janvier 2009, la firme de sondage Environics Research Group a conduit un sondage téléphonique Omnibus auprès de 2 002 adultes vivant au Canada. Selon le rapport de la firme, avec un tel échantillonnage la marge d'erreur est de +/- 3.10 %, 19 fois sur 20.

Un nombre égal d'hommes et de femmes de plus de 18 ans a été interrogé à partir des bureaux de l'entreprise situés à Toronto et à Montréal. La distribution géographique des interviews est la suivante : région de l'Atlantique : 250, Québec : 502, Ontario : 500, Manitoba/Saskatchewan : 250, Alberta : 250 et la Colombie-Britannique : 250.

¹⁰³ La révision méthodologique a été faite par M. Bruno Marien, chargé de cours à l'UQAM.

¹⁰⁴ http://erg.environics.net/about_us/

Préalablement au sondage, les répondants ont répondu à certaines questions relativement à leur profil sociodémographique. On leur a demandé leur sexe, leur revenu, leur niveau d'éducation, leur langue, etc. À l'aide de ces données, on peut savoir si, par exemple, le sexe du répondant a une influence sur la distribution des réponses obtenues.

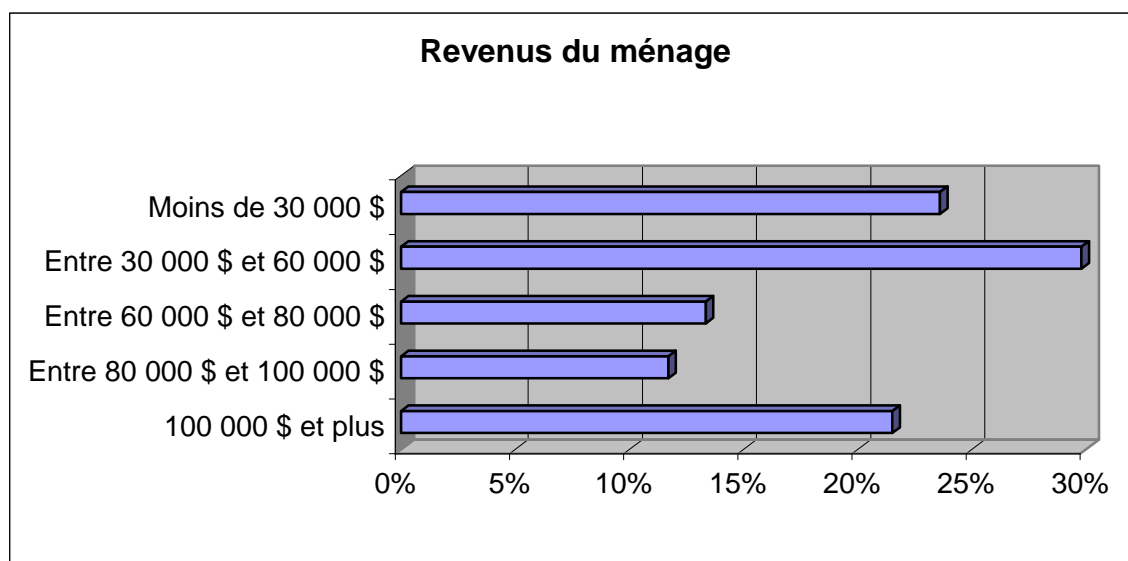
Finalement, les listes de numéros de téléphone utilisés pour communiquer avec les sondés sont générées à l'aide d'une base de données qui est mise à jour de trois à quatre fois par année.

7.2 Profil des répondants du sondage

Ci-dessous, nous examinerons le profil sociodémographique des personnes ayant répondu à notre sondage.

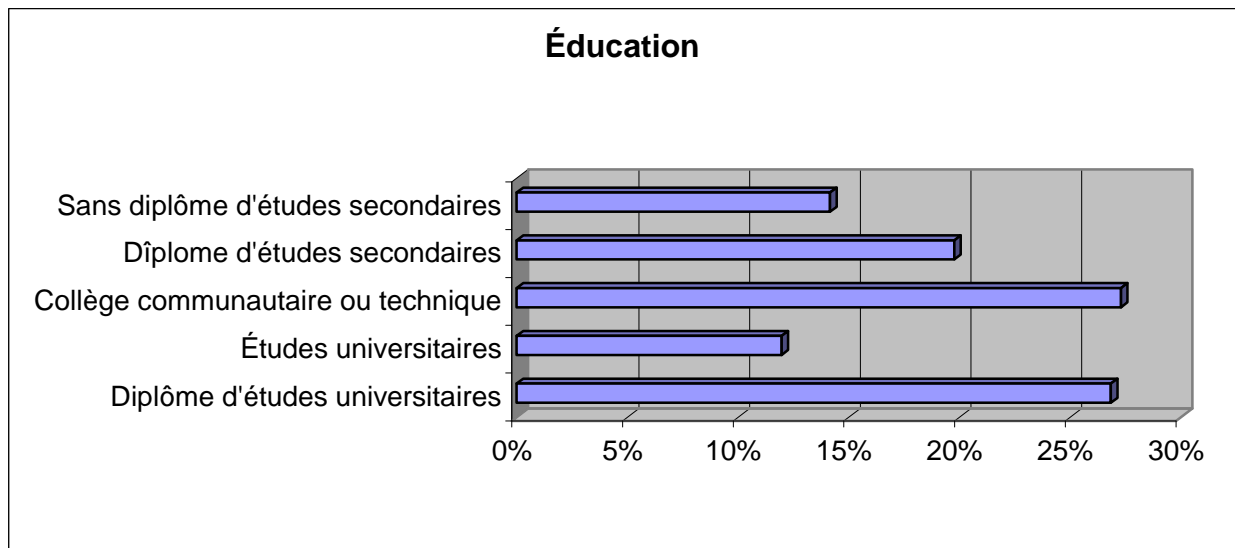
Revenus familiaux

La plus grande proportion des sondés (30 %) ont déclaré que leur ménage avait touché, en 2008, des revenus entre 30 000 \$ et 60 000 \$. Puis, en ordre croissant, 24 % ont déclaré toucher moins de 30 000 \$, 22 % plus de 100 000 \$, 13 % de 60 000 \$ à 80 000 \$ et 12 % de 80 000 à 100 000 \$. Une proportion de 21 % des répondants n'a pas répondu à cette question.



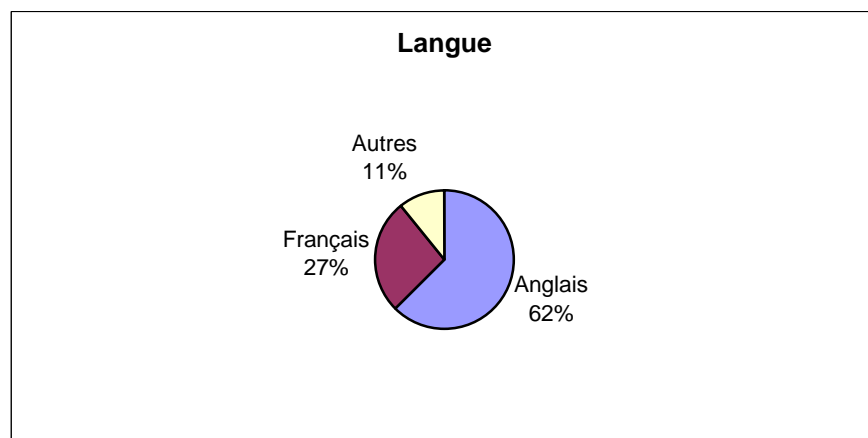
Niveau d'éducation

Sur le total des personnes sondées, 34 % ont obtenu, tout au plus, un diplôme d'études secondaires. Par contre, 66 % ont fait des études collégiales ou plus, 39 % des personnes sondées ont fait des études universitaires et 27 % de l'ensemble des répondants détiennent un diplôme universitaire.



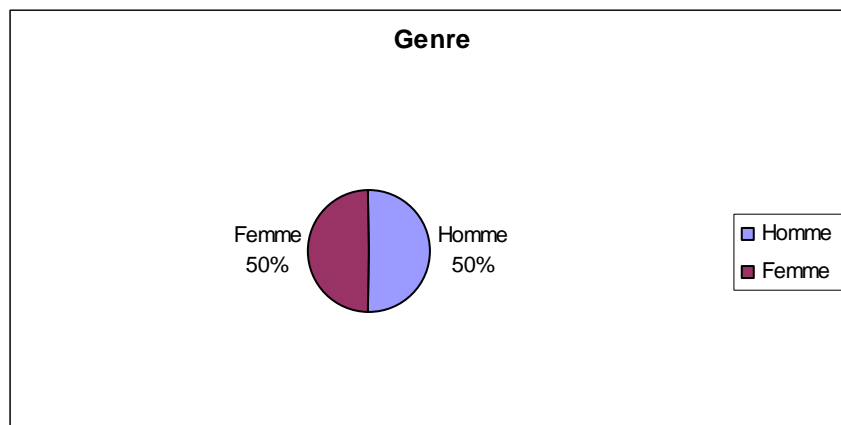
Langue

Parmi les personnes sondées, 62 % ont comme langue maternelle l'anglais, 27 % le français et 11 % ont une autre langue maternelle.



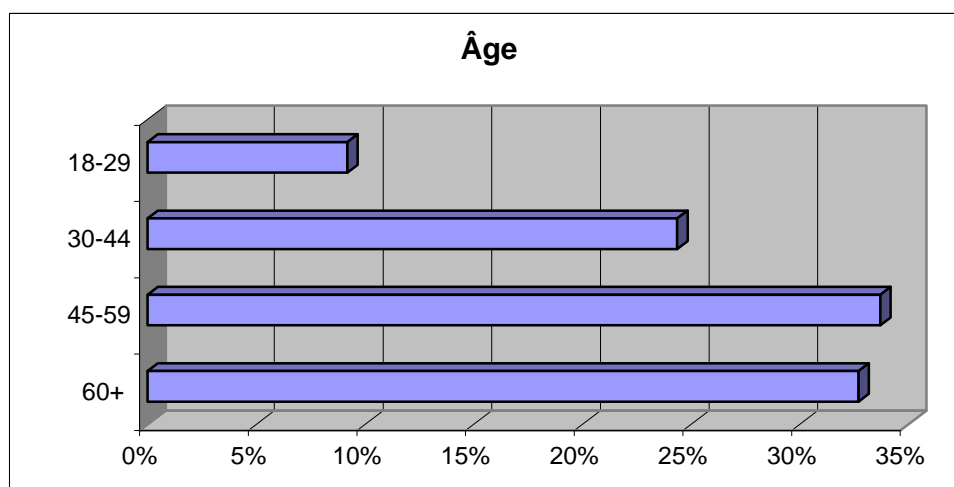
Sexe

La moitié des répondants sont des hommes et l'autre moitié sont des femmes.



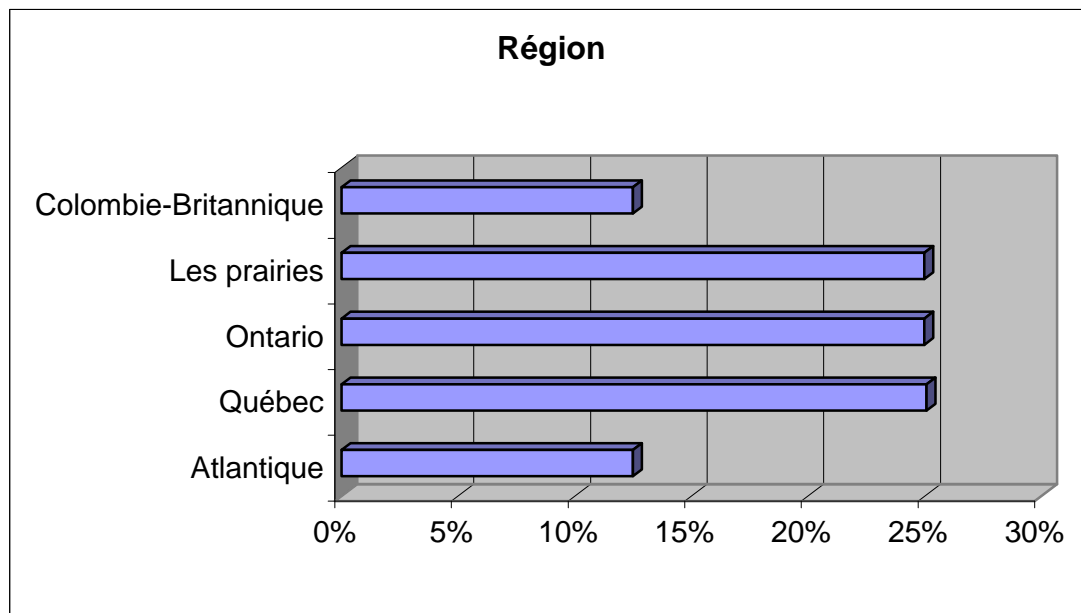
Âge

Les répondants avaient tous plus de 18 ans. Il s'agissait du seul filtre utilisé pour sonder les personnes qui étaient appelées. Le groupe d'âge le plus représenté est celui de 45 à 59 ans occupant 34 % du nombre total des personnes sondées. Au total, 67 % des personnes sondées sont âgés de 45 ans ou plus.



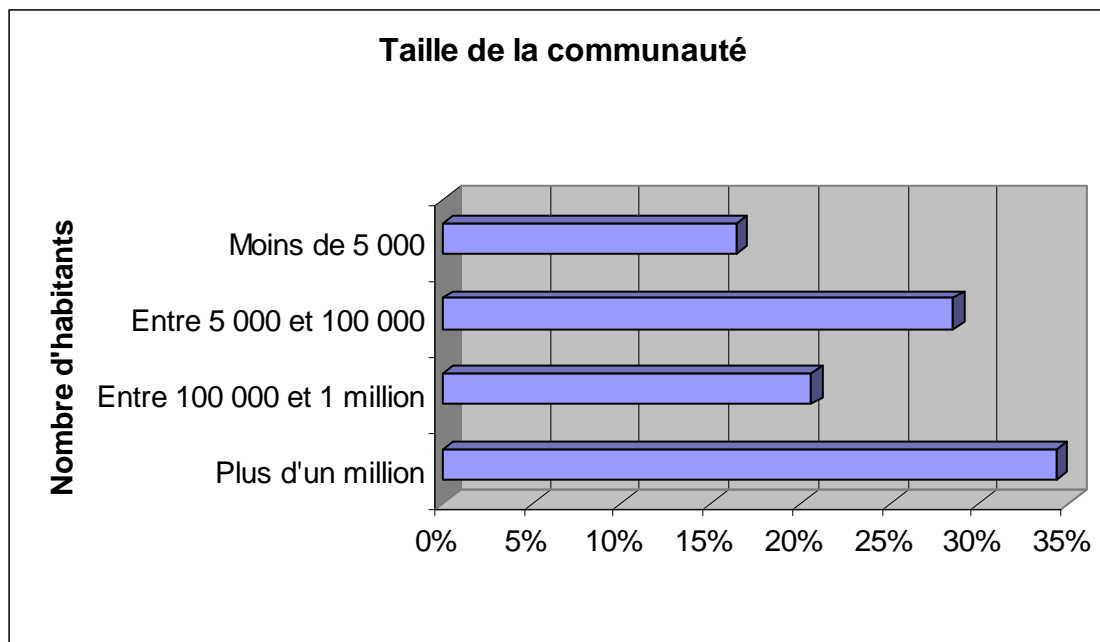
Région

Les personnes sondées sont réparties selon la distribution géographique suivante : 25 % proviennent du Québec, 25 % de l'Ontario, 25 % des prairies, 12 % de la Colombie-Britannique et 12 % de la région atlantique.



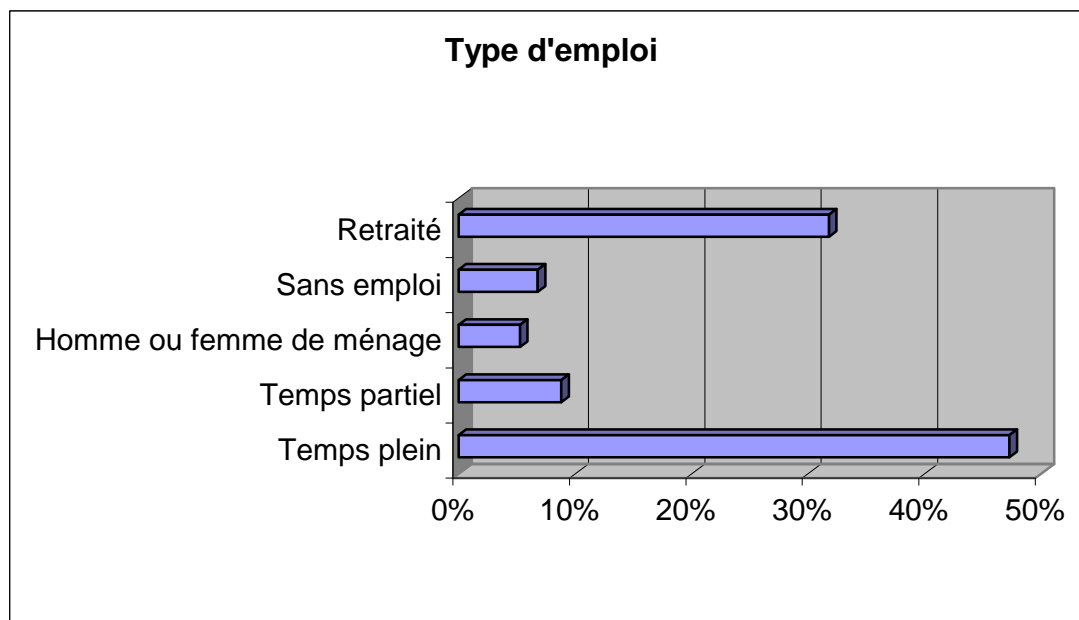
Taille de la communauté

Plus de la moitié des répondants proviennent d'une communauté dont la population est supérieure à 100 000 résidents. Plus précisément, 34 % des répondants habitent des communautés de plus d'un million de résidents, 29 % entre 5000 et 100 000 résidents, 21 % plus de 100 000 et 16 % moins de 5000.



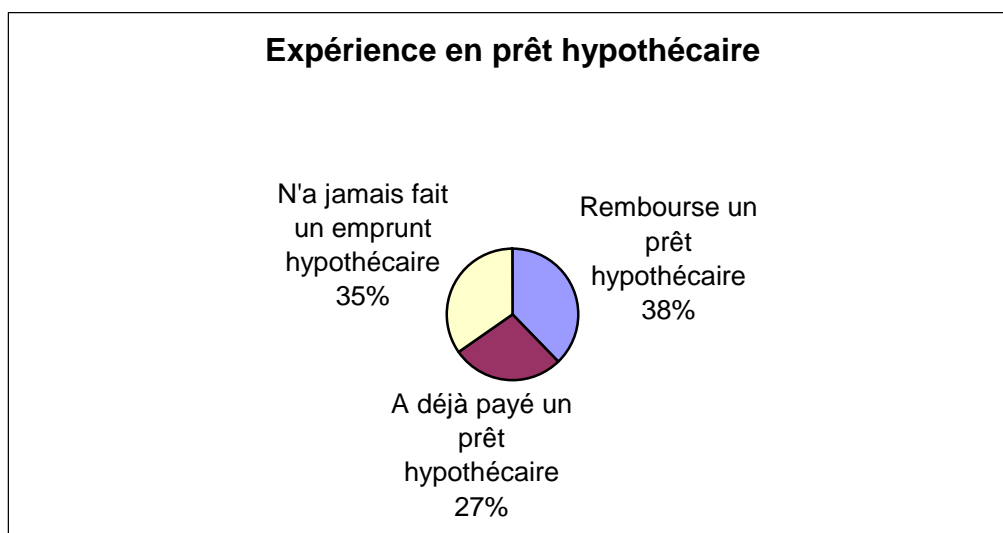
Type d'emploi

La majorité des personnes interrogées (47 %) occupent un emploi à temps plein. Viennent ensuite les retraités (32 %), les travailleurs à temps partiel (9%), les personnes sans emploi et les hommes et les femmes de ménage (5%).



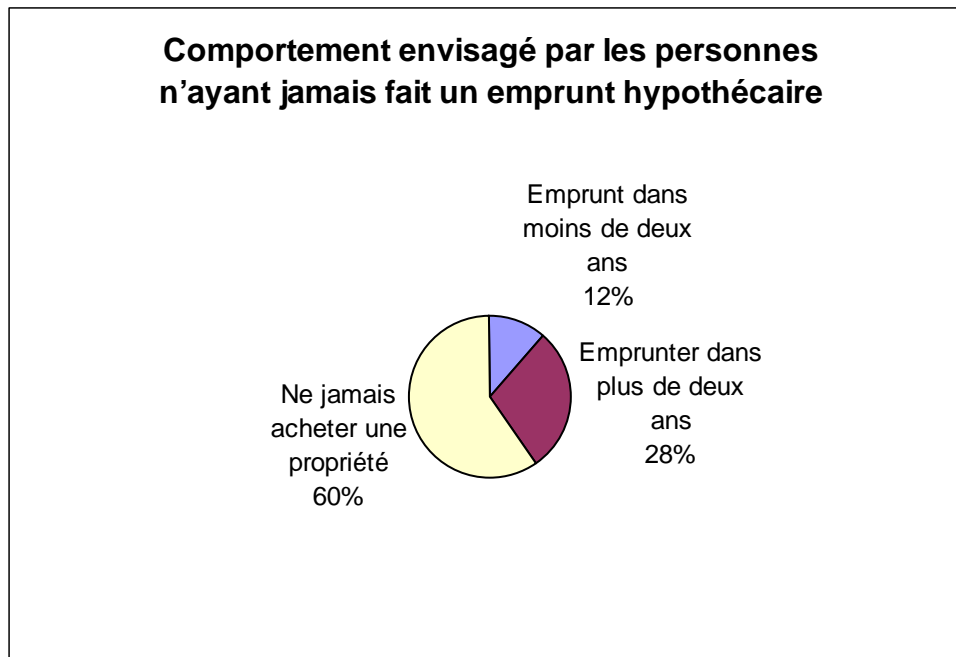
Expérience d'emprunt

Parmi les personnes sondées, 65 % ont déjà fait un emprunt hypothécaire. En effet, 38 % des répondants remboursent actuellement un prêt hypothécaire et 27 % ont déjà payé ou ont remboursé leur emprunt. Toutefois, plus du tiers (35 %) des sondés n'ont aucune expérience dans ce type d'emprunt.



Comportement envisagé des personnes n'ayant jamais fait un emprunt hypothécaire

Une majorité des répondants (60 %) n'ayant jamais fait un emprunt hypothécaire ne prévoit pas y avoir recours un jour. Par contre, 12 % de ces répondants songent à emprunter dans moins de deux ans et 28 % prévoient le faire dans plus de deux ans.



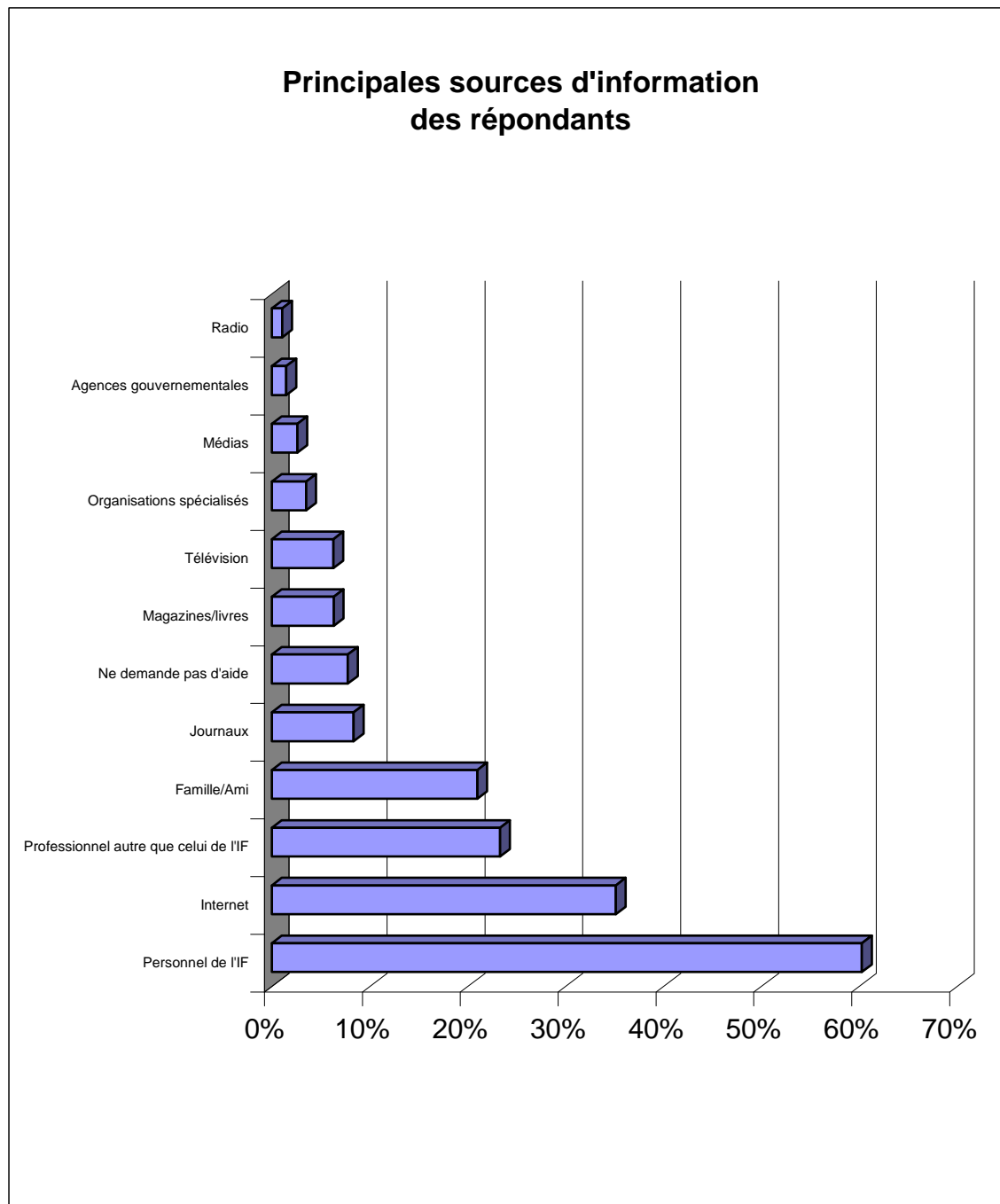
7.3 Analyse des résultats significatifs

Au total, la firme Environics a posé neuf questions à plus de 2 000 répondants canadiens dont le profil complet est décrit à la section précédente. Les deux premières questions portent sur l'expérience d'emprunt des personnes sondées. Nous les avons abordées précédemment. Les sept autres questions visent à déterminer la compréhension des Canadiens au chapitre des prêts hypothécaires. Nous analyserons les résultats significatifs obtenus en réponse à ces questions.

Question 3

La question posée est la suivante :

Quelles sont vos trois principales sources d'information lorsque vous avez des questions touchant aux prêts hypothécaires?



Selon ces données, 6 fois sur 10, le personnel de l'institution financière (IF) figure parmi les trois principales sources d'information des répondants. Puis, dans l'ordre on remarque que l'Internet (35 %), les professionnels (23 %), la famille et les amis (21 %), les journaux (8%), les livres et les magazines (6 %), la télévision, (6%), les organisations

spécialisées (4 %), les médias (3 %), les agences gouvernementales (1 %) et la radio figurent parmi les trois principales sources d'information des répondants.

Commentaires d'Option consommateurs relativement aux principales sources d'informations des consommateurs

À la lumière du sondage, on remarque que les consommateurs s'informent principalement auprès du personnel de l'institution financière lorsqu'ils ont des questions relatives à l'emprunt hypothécaire. Cette situation est normale si l'on considère que le personnel de l'institution financière maîtrise les caractéristiques des produits qu'il vend et qu'il peut ainsi aider les consommateurs à faire un choix éclairé. En revanche, cette situation est inquiétante si l'on considère que le personnel de l'institution financière a pour objectif de vendre un produit financier. Il serait donc préférable d'informer les consommateurs canadiens, avant qu'ils ne se présentent dans une institution financière, auprès de sources d'information plus neutres comme les livres et les magazines publiés par des associations de consommateurs et les agences gouvernementales qui ont pour mission d'éduquer les consommateurs en matière financière.

Il est aussi inquiétant de savoir que 8 % des répondants ne demandent pas d'aide lorsqu'ils ont des questions relatives aux prêts hypothécaires. Peut-être ne connaissent-ils pas les ressources existantes en matière financière ?

De plus, au chapitre des agences gouvernementales, moins de 1 % des personnes sondées affirment qu'elles font partie de leurs trois principales sources d'information. Pourtant, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est une source intéressante d'information pour aider les consommateurs à faire des choix plus éclairés en matière de crédit hypothécaire. Pour se faire connaître davantage par les internautes, l'ACFC pourrait envisager d'utiliser plus efficacement Google, le moteur de recherche le plus répandu au Canada. Pour l'instant, en inscrivant le mot clé *hypothèque* dans ce moteur de recherche, le site de l'ACFC n'apparaît pas dans les cinq premières pages des résultats de Google. Autrement dit, si un internaute ne connaît pas l'agence, il est peu probable qu'il la trouve en faisant une recherche sur les prêts hypothécaires.

Analyse des réponses en fonction du profil des répondants

Le tableau ci-dessous résume la répartition des réponses obtenues au sondage en fonction du profil des répondants. Seuls les résultats significatifs ont été retenus.

Impact du profil des répondants sur la répartition des réponses	
<i>Profil des répondants</i>	<i>Réponses</i>
Scolarité	
Plus les répondants sont scolarisés, plus :	ils utilisent Internet comme source d'information.
	le personnel des institutions financières figure parmi leur principale source d'information.
	ils consultent des livres et des magazines pour s'informer.
Revenus	
Plus le revenu des répondants est élevé, plus ils :	utilisent Internet comme principale source d'information.
Âge	
Plus les répondants sont jeunes, plus :	la famille et les amis sont une source importante d'information
Plus les répondants sont âgés, moins ils :	utilisent Internet comme source d'information.
	demandent d'aide lorsqu'ils ont des questions relatives à l'hypothèque
Langue	
Les anglophones :	ont davantage recours à leurs amis et à leur famille comme principales sources d'information que les autres groupes linguistiques.

Les francophones :	utilisent plus les livres et les magazines que les autres groupes linguistiques pour s'informer.
Travail	
Les travailleurs à temps plein :	utilisent beaucoup Internet pour s'informer
Les personnes sans emploi :	s'informent plus via la télévision

Question 4

La question posée est la suivante :

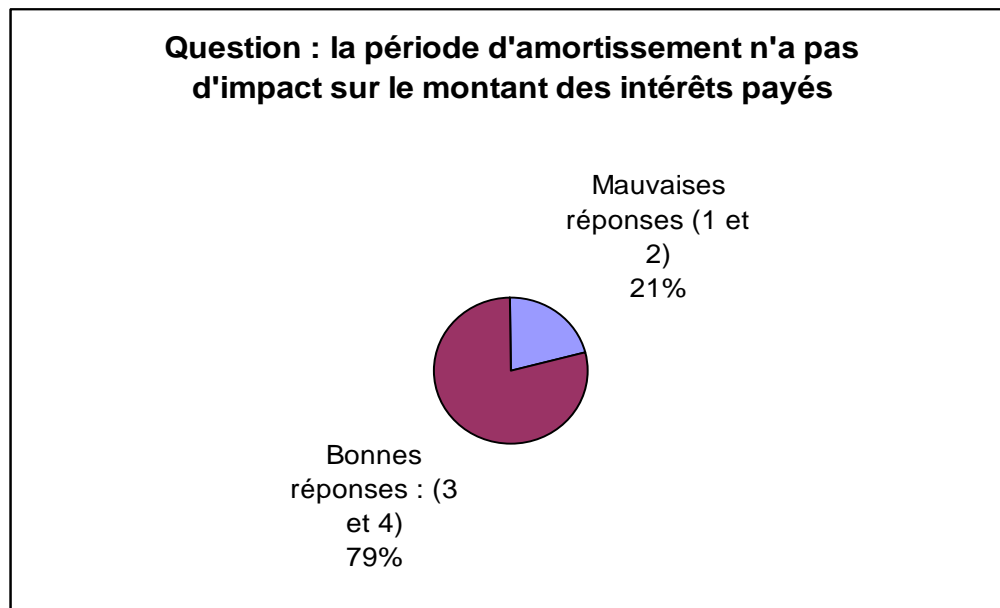
Dans certains cas, votre institution financière vous proposera d'amortir votre prêt sur une période de 35 ans plutôt que sur une période de 25 ans afin de réduire le montant de vos versements hypothécaires mensuels. Veuillez me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord pour dire que :

Prolonger la période d'amortissement n'a pas d'impact sur le montant total des intérêts payés pour ce prêt.

- 01 – Tout à fait d'accord
- 02 – Plutôt d'accord
- 03 – Plutôt en désaccord
- 04 – Tout à fait en désaccord
- 99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

En vérité, plus la période d'amortissement est longue plus le consommateur payera d'intérêt. Les bonnes réponses devaient donc toujours être situées dans les choix 03 ou 04. Les mauvaises réponses étant les choix 01 et 02.

Voici comment les sondés ont répondu à cette question :



À la lumière des résultats du sondage, il semble que la majorité des sondés (79 %) savent qu'en prolongeant la période d'amortissement on augmente les intérêts payés sur l'emprunt.

Cependant, en analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants on observe que :

- Les sondés dont le revenu du ménage se situe entre 30 000 et 60 000 \$ et ceux dont le revenu est inférieur à 30 000 \$ répondent plus mal que les autres groupes relativement à l'impact de la période d'amortissement sur les intérêts payés
- Plus les répondants sont instruits, mieux ils répondent à cette question. Ils le font aussi de manière plus catégorique (réponse 04). Au contraire, les personnes moins instruites ont tendance à répondre de façon plus catégorique une mauvaise réponse (réponse 01).
- Les personnes âgées de 30 à 59 ans répondent mieux que les autres groupes d'âge à ces questions.
- Les sondés travaillant à temps plein répondent plus correctement et de manière plus catégorique que les groupes ne travaillant pas à temps plein.

- Les sondés qui ont ou qui ont eu un prêt hypothécaire répondent mieux et de manière plus catégorique que ceux qui n'ont pas d'expérience dans ce type d'emprunt

En somme, la majorité des répondants comprennent que la période d'amortissement a un impact sur le montant des intérêts payés. Cependant, les personnes à plus faible revenu semblent moins bien comprendre cet aspect.

Question 5

La question posée est la suivante :

Normalement, si vous avez un prêt hypothécaire à taux variable, lorsqu'il y a une baisse des taux d'intérêt, est-ce que vos paiements hypothécaires mensuels devraient augmenter, diminuer ou demeurer les mêmes?

01 – Augmenter

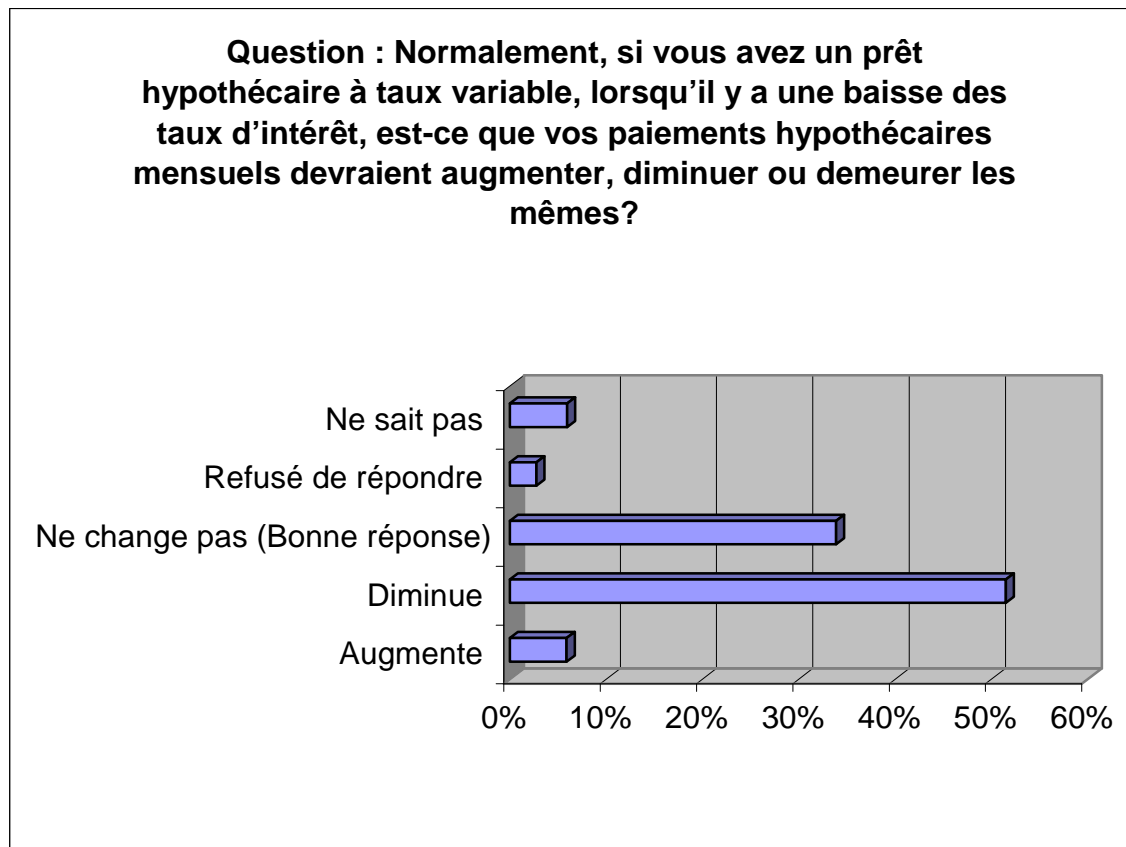
02 – Diminuer

03 – Demeurer les mêmes

99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

Certes, il s'agit ici d'une question relativement technique : l'impact d'une variation du taux d'intérêt sur le montant des versements. Toutefois, pour faire un choix éclairé entre un prêt hypothécaire à taux fixe et un prêt à taux variable, les consommateurs doivent connaître le fonctionnement de cet élément fondamental du produit.

Voici les résultats obtenus :



Généralement, lorsque l'on opte pour un prêt hypothécaire à taux variable, les versements demeurent constants même si le taux d'intérêt change. La variation du taux d'intérêt modifie, à l'intérieur du versement, le montant remboursé en capital. Donc, si le taux d'intérêt diminue, le montant du versement demeure le même, mais l'emprunt se rembourse plus rapidement. Au contraire, si le taux d'intérêt augmente, le montant du versement reste le même, mais le capital emprunté se rembourse plus lentement.

Cette subtilité ne semble pas être maîtrisée par les sondés. Plus de la moitié d'entre eux (51 %) croit que la variation des taux d'intérêt fait varier le montant des versements alors que seulement 34 % des répondants ont répondu correctement à la question.

Pour le consommateur, cette difficulté peut l'amener à surestimer le risque budgétaire d'un prêt hypothécaire à taux variable. En effet, s'il croit que le montant des versements varie en fonction des taux d'intérêt, le consommateur peut être très réticent, et cela pour une mauvaise raison, à choisir ce produit.

En analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants on observe que :

- Le revenu du ménage n'est pas un gage de la compréhension de cette caractéristique des prêts hypothécaires à taux variable.
- Une plus grande proportion de ménages à faible revenu (moins de 30 000 \$) ne connaissent pas la réponse à cette question. Ils ont aussi beaucoup plus fréquemment refusé de répondre à cette question
- La langue, le sexe et de manière surprenante le fait d'avoir ou d'avoir eu une hypothèque ne sont pas des facteurs qui font varier significativement les réponses obtenues
- Les répondants âgés entre 30-44 ans et les 45-59 ans croient plus que les autres groupes d'âge que le montant des versements change en fonction de la variation des taux d'intérêt. Près de 6 répondants sur 10 (58 %) âgés de 30 à 44 ans ont répondu dans ce sens
- Les sondés habitants la région atlantique ont répondu plus correctement à cette que les habitants des autres régions sondées du Canada

Question 6

La question posée est la suivante :

Supposons que votre institution financière vous offrait un prêt hypothécaire à taux variable avec la possibilité de le convertir à un taux fixe à l'avenir. Vous choisissez d'abord un prêt à taux variable, mais suite à une augmentation des taux d'intérêt, vous décidez effectivement de convertir votre prêt en un prêt à taux fixe. Est-ce que votre nouveau taux d'intérêt sera basé sur _____ ?

01 – Le taux fixe qui était en vigueur au moment de la signature initiale du prêt

02 – Le taux fixe en vigueur au moment où vous demandez la conversion du prêt

03 – Un taux se situant entre ces taux et qui est calculé par votre institution financière

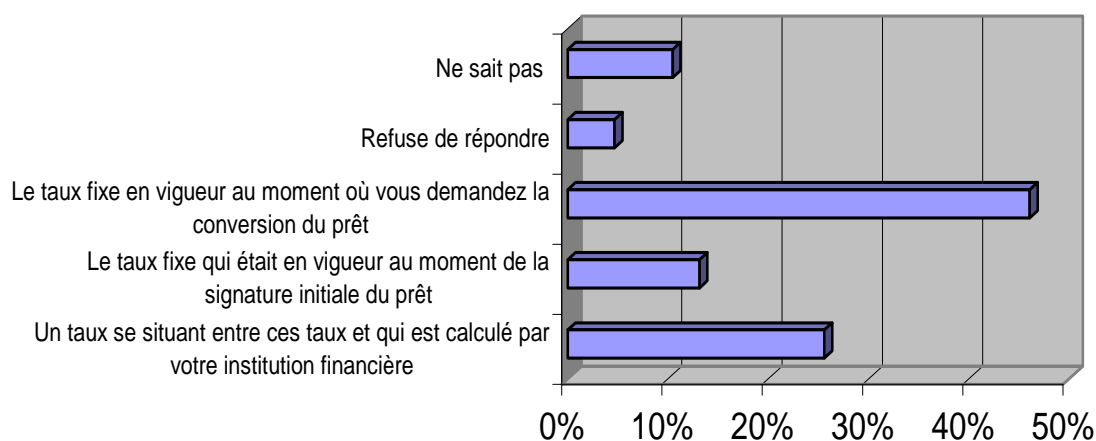
99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

Par cette question, nous cherchions à déterminer si une importante caractéristique de l'option de conversion de taux est maîtrisée par les sondés car on sait que les institutions financières offrent la possibilité aux consommateurs de convertir, sans frais, leur emprunt hypothécaire à taux variable en un emprunt à taux fixe.

Ainsi, dans le cas d'une hausse inattendue des taux d'intérêt, le consommateur peut convertir son emprunt. Mais, la question est la suivante : quel sera le taux fixe obtenu par le consommateur au moment où il décide de faire cette conversion ? Était-ce le taux en vigueur au moment de l'emprunt initial, le taux fixe en vigueur au moment de la conversion ou une moyenne calculée à partir de ces deux taux ?

Voici les réponses obtenues :

Question : Vous choisissez un prêt à taux variable, mais suite à une augmentation des taux d'intérêt, vous décidez de convertir votre prêt à taux variable en un prêt à taux fixe. Votre nouveau taux sera:



En fait, lorsque l'on fait la conversion d'un prêt hypothécaire à taux variable à un taux fixe, on obtient le taux fixe en vigueur au moment de la conversion du prêt. Malheureusement pour l'emprunteur, le taux fixe en vigueur au moment où il décide de faire la conversion sera généralement plus élevé que le taux fixe en vigueur au moment où il a signé son entente.

Si les consommateurs comprennent mal cette option, il peut leur être plus difficile de faire un choix éclairé en matière de prêt hypothécaire. Dans ce cas, ils peuvent sous-estimer le risque lié à l'augmentation du taux d'intérêt en optant pour un taux variable.

En effet, au moment de la conversion du prêt, il n'est plus question de récupérer le taux fixe qui était en vigueur autrefois, mais le nouveau taux fixe, cette fois majoré.

Selon le sondage, près de la moitié des répondants (46 %) ont bien répondu à la question. Toutefois, plusieurs consommateurs (39 %) sont plutôt optimistes et croient obtenir le taux fixe en vigueur au moment de l'octroi initial du prêt ou un taux se situant entre le taux fixe actuel et le taux fixe en vigueur à ce moment. De plus, 15 % des sondés ne connaissent tout simplement pas la réponse ou ont refusé de répondre à la question.

En analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants on observe que :

- Plus le revenu du ménage est élevé, mieux l'on répond à cette question
- Plus les sondés sont scolarisés, mieux ils répondent à cette question
- Les francophones sont deux fois plus nombreux que les anglophones à penser obtenir le taux fixe en vigueur au moment initial de l'octroi du prêt
- Le sexe n'est pas un facteur faisant varier significativement la distribution des réponses obtenues
- Les groupes d'âge 30-44 ans et de 45 à 59 ans répondent mieux à cette question que les autres groupes d'âge.
- Les répondants détenant un prêt hypothécaire ont répondu près de 6 fois sur 10 la bonne réponse (59 %). Près de la moitié de ceux qui ont déjà eu un prêt hypothécaire ont donné la bonne réponse (46 %)
- Une proportion importante (57 %) des répondants qui n'a pas de prêt hypothécaire, mais qui prévoit en contracter un d'ici deux ans n'a pas donné la bonne réponse

Question 7

La question suivante visait à évaluer si les répondants font la distinction entre la notion de capital et la notion d'intérêt. Cette distinction est particulièrement importante à

maîtriser lorsque le consommateur utilise des marges de crédit où il lui est permis de ne rembourser que les intérêts découlant de l'emprunt.

Nous savons que le montant emprunté et le taux d'intérêt influencent le montant total des intérêts payés par le consommateur. Toutefois, il se peut que certains consommateurs croient que le paiement des intérêts diminue le montant du capital à rembourser. Un peu comme si un consommateur se disait qu'il est impossible de rembourser indéfiniment des intérêts. Logiquement, ne devrait-il pas y avoir une fin ?! Nous avons donc tenté de vérifier si les consommateurs faisaient la différence entre les intérêts et le capital à l'aide de la question suivante :

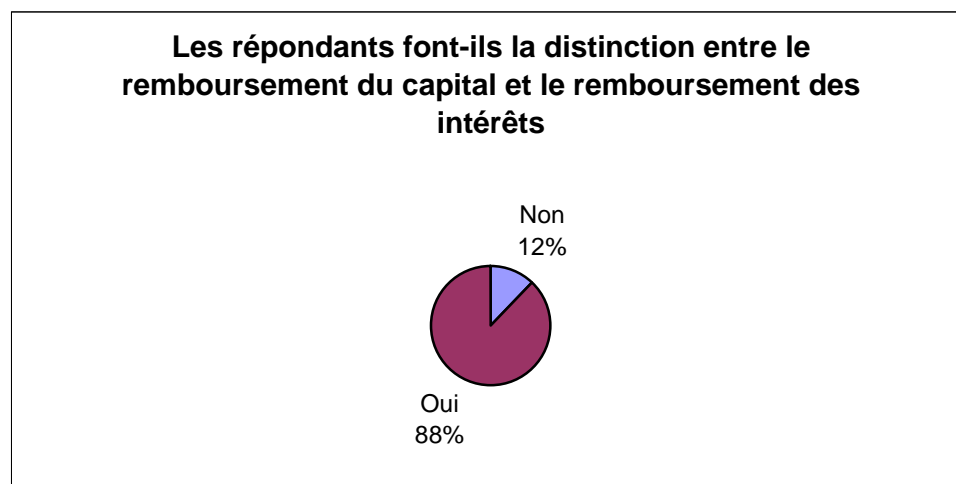
Supposons que votre institution financière vous prête de l'argent pour faire des rénovations sur votre maison en vous accordant une marge de crédit. Ce type de prêt vous donne la possibilité de ne rembourser que les intérêts chaque mois. Si vous payez uniquement les intérêts requis, pouvez-vous éventuellement rembourser la totalité du prêt ou est-ce impossible de rembourser le prêt à moins d'effectuer des paiements qui sont plus élevés que les intérêts?

01 – Si vous payez uniquement les intérêts requis, vous pouvez éventuellement rembourser la totalité du prêt

02 – Il est impossible de rembourser la totalité du prêt à moins d'effectuer des paiements qui sont plus élevés que les intérêts

99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

À la lumière des réponses reçues, fort heureusement, la grande majorité des sondés font la différence entre le remboursement des intérêts et le remboursement du capital emprunté. Près de 9 personnes sur 10 (88 %) ont correctement répondu à la question.



Cependant, en analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants on observe que :

- Avoir une expérience d'emprunt relativement au prêt hypothécaire influence grandement la distribution des réponses. Près de 9 fois sur 10, les répondants répondent correctement à la question lorsqu'ils ont déjà eu recours à ce type d'emprunt.
- Plus le revenu du ménage est faible, moins l'on répond correctement à cette question. Le graphique ci-dessous illustre cette tendance.
- Moins l'on est scolarisé, moins l'on répond correctement à cette question
- Les francophones (18 %) répondent moins bien à cette question que les anglophones (8%).
- Le sexe des répondants n'influence pas la distribution des réponses
- Le groupe d'âge 18-29 ans répond moins bien que les autres groupes à cette question

Question 8

La question suivante visait à savoir comment les sondés s'informent lorsqu'ils rencontrent une situation relativement complexe en matière hypothécaire. Dans le cas suivant, il peut être ardu pour le consommateur de déterminer le coût de cette promotion.

Supposons que votre institution financière vous offre un prêt hypothécaire avec une remise en argent de 10 000 \$, à condition que vous acceptiez un taux d'intérêt plus élevé que le taux actuel et cela, pour une période de 5 ans. Parmi les actions suivantes, laquelle seriez-vous le plus susceptible de faire pour savoir s'il serait judicieux pour vous d'accepter cette offre ?

01 – Faire vous-même les calculs pour voir si vous faites une bonne affaire

02 – Baser votre décision sur le montant des paiements mensuels

03 – Consulter un conseiller financier à votre institution prêteuse

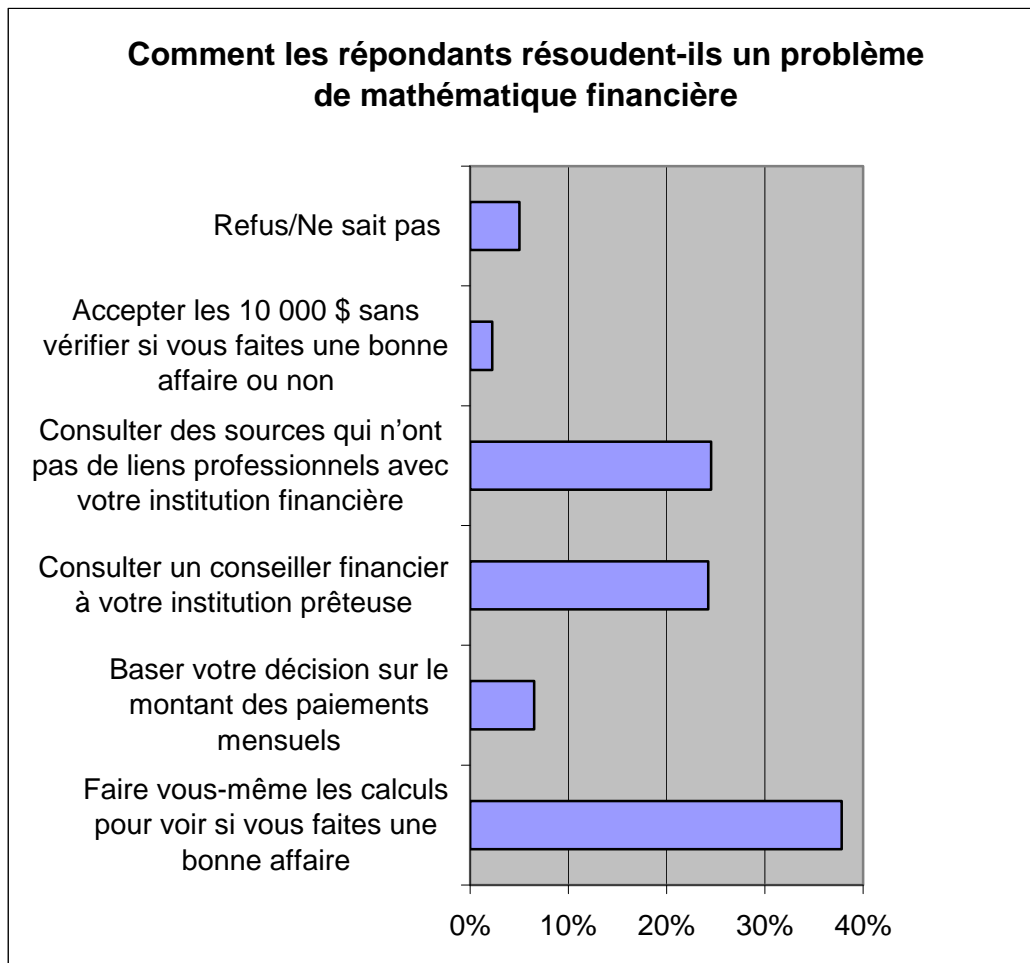
04 – Consulter des sources qui n'ont pas de liens professionnels avec votre institution financière

05 – Accepter les 10 000 \$ sans vérifier si vous faites une bonne affaire ou non

99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

Avant d'analyser les réponses reçues à cette question, mentionnons que deux conseillers hypothécaires à l'emploi chez deux institutions financières différentes, contactés lors d'une enquête, ne nous ont pas recommandé cette promotion. Selon eux, en acceptant cette offre, le consommateur risque de payer un montant plus élevé d'intérêt au cours de l'emprunt que le montant de la remise en argent. Selon eux, il n'était pas avantageux de choisir ce type de produit.

À la lumière du sondage, on remarque que 38 % des personnes sondées affirment faire eux-mêmes les calculs. Le quart des répondants consultent des sources qui n'ont pas de liens professionnels avec l'institution financière. Près du quart (24 %) des sondés demandent l'aide du conseiller financier de l'institution financière. Moins d'une personne sur dix (7 %) fonde sa décision sur le montant des versements mensuels. Les autres, 7%, ont refusé de répondre, ne savent pas ou vont accepter l'offre sans vérifier si elle est avantageuse ou non à long terme.



Évidemment, lorsque les sondés répondent être en mesure de faire les calculs mathématiques eux-mêmes, ces derniers démontrent un certain degré d'indépendance. Malheureusement, le sondage ne permet pas de savoir si les calculs effectués par les consommateurs s'avèreraient exacts.

En analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants on observe que :

- Plus le revenu du ménage est élevé, moins l'on se fie au conseiller financier de l'institution financière
- Les ménages dont les revenus atteignent plus de 100 000 \$ se fient beaucoup plus à leur propre capacité que sur le conseil des autres

- 10 % des répondants dont le revenu familial se situe entre 30 000 et 60 000 \$ fondent leur décision sur le montant des mensualités. Cette proportion est de 7 % pour les ménages dont les revenus sont moins de 30 000 \$ et 3 % pour ceux dont les revenus atteignent plus de 100 000 \$.
- Les hommes (44 %) affirment dans une plus grande proportion que les femmes (32 %) faire eux-mêmes les calculs. Les femmes (28 %) s'en remettent plus que les hommes (20 %) aux conseils du personnel de l'institution financière.
- Les 18-29 ans ont près de trois fois plus tendance que les autres groupes d'âge à baser leur décision sur le montant des versements. 13 % des 18-29 ans basent leur décision sur le montant des versements alors que pour les autres groupes il ne s'agit que de 5 %.
- Les groupes d'âge 30-44 et 45-59 basent plus leurs décisions leurs propres calculs que les autres groupes.
- Les Québécois (10 %) se basent sur le montant des versements mensuels dans une plus grande proportion que les habitants des autres provinces.
- Les Montréalais (12 %) se basent sur le montant des versements mensuels dans une plus grande proportion que les habitants des autres métropoles canadiennes.
- La taille de la communauté n'a pas d'influence notable sur la distribution des réponses.
- Les personnes sans emploi acceptent plus que les autres types d'employabilité le 10 000 \$ sans poser de questions.
- Les répondants ayant ou ayant déjà fait appel à l'emprunt hypothécaire sont plus susceptibles de se fier à leurs propres calculs que ceux qui n'ont jamais eu recours à un prêt hypothécaire. 10 % des personnes qui n'ont jamais fait appel à l'emprunt hypothécaire se basent sur le montant des mensualités pour prendre leur décision.

Question 9

Les répondants comprennent-ils l'impact d'une faible mise de fonds sur le montant de la prime de l'assurance hypothécaire ? C'est ce que nous cherchions à savoir avec la question suivante :

Supposons que vous désirez acheter votre première maison, mais que vous n'avez pas réussi à épargner la mise de fonds requise de 10 %. Votre institution financière accepte tout de même de vous financer, à condition que vous acceptiez de payer une assurance hypothécaire. Autant que vous le sachiez, est-ce que plus la mise de fonds est faible, plus le coût de l'assurance est élevé ou est-ce que le coût de l'assurance ne dépend pas du montant de la mise de fonds?

01 – Ne dépend pas du montant de la mise de fonds

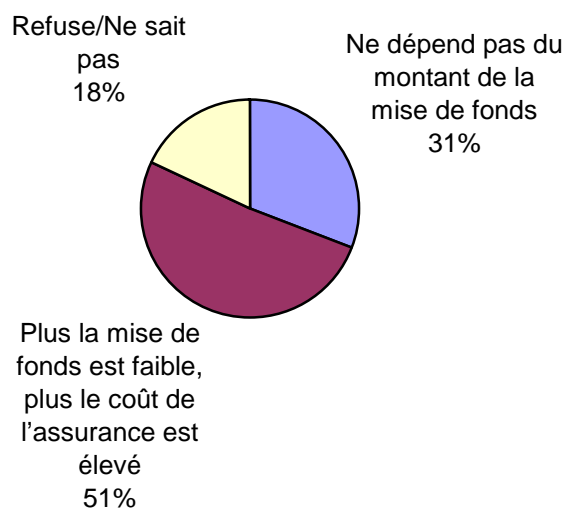
02 – Plus la mise de fonds est faible, plus le coût de l'assurance est élevé

99 – NE PAS LIRE : NE SAIT PAS

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) et la Genworth, les deux plus importants assureurs de prêts hypothécaires au Canada, évaluent le risque que présente un emprunteur en fonction, entre autres, du montant qu'il verse pour la mise de fonds. Plus le montant de la mise de fonds est important par rapport à la valeur de la propriété, moins la prime d'assurance est élevée. Inversement, moins le montant versé en mise de fonds est important, plus la prime est élevée.

À cette question, voici ce que les sondés ont répondu :

Question : le montant de la mise de fonds influencent-elle le montant de la prime de l'assurance hypothécaire



À la lumière du sondage, 51 % des personnes sondées affirment que le montant de la mise de fonds influence le coût de l'assurance prêt hypothécaire. Les répondants ont donc majoritairement donné la bonne réponse. Par contre, 31 % des répondants ont affirmé que le montant de la mise de fonds n'influence pas le coût de l'assurance prêt hypothécaire ; ce qui est faux. Finalement, 18 % des répondants ne connaissent pas la réponse à cette question ou ont refusé d'y répondre.

En analysant les réponses obtenues en fonction des données sociodémographiques des répondants, on observe que :

- Plus le revenu du ménage est élevé, mieux on répond à la question.
- Plus du tiers des ménages ayant un revenu situé entre 30 000 et 60 000 \$(35 %) et 60 000 et 80 000 \$ (36 %) croient qu'il n'y a pas de lien entre le montant de la mise de fonds et le coût de la prime

- Plus les répondants sont instruits, mieux ils répondent à la question
- La distribution des réponses n'est pas influencée pas la langue des répondants
- Étrangement, les répondants plus jeunes, 18-29 ans, savent dans une plus grande proportion que les autres groupes d'âge que le coût de la prime varie en fonction du montant de la mise de fonds.
- Les résidants du Québec et de la région atlantique répondent moins bien à cette question que les résidants des autres régions du Canada.
- Les répondants qui ont ou ont déjà fait appel à l'emprunt hypothécaire répondent mieux que ceux qui n'ont jamais fait ce type d'emprunt. Malgré cela, plus d'une personne sur trois (35 %) ayant actuellement un prêt hypothécaire n'a pas répondu correctement à la question et 10 % d'entre eux ont répondu ne pas connaître la réponse à cette question

7.4 Conclusion sur les résultats du sondage

En somme, la majorité des consommateurs canadiens interrogés sont conscients que le prolongement de la période d'amortissement d'un prêt hypothécaire fait augmenter le coût de l'emprunt. En revanche, les répondants maîtrisent moins bien d'autres aspects importants du prêt hypothécaire. En témoignent les résultats obtenus aux questions sur l'assurance prêt hypothécaire, les caractéristiques des prêts à taux variable et l'option de conversion d'un prêt à taux variable en un prêt à taux fixe.

De plus, les consommateurs canadiens qui ont participé au sondage semblent peu s'informer auprès de sources indépendantes des institutions financières. À notre avis, les consommateurs canadiens bénéficieraient d'utiliser l'information que mettent à leur disposition les associations de consommateurs et les agences gouvernementales qui ont pour mission d'aider les consommateurs en matière financière. Il serait probablement avantageux pour les consommateurs qu'un guide réalisé indépendamment des institutions financières se retrouve au point de vente lorsque les consommateurs se présentent pour faire un emprunt hypothécaire.

Finalement, au sein de notre échantillon de la population canadienne, on observe que certains groupes présentent plus de difficultés que d'autres en matière de prêt hypothécaire. Les jeunes de 18 à 29 ans et les personnes à plus faible revenu obtiennent généralement des résultats inférieurs à la moyenne lorsqu'ils répondent aux questions du sondage. Ces groupes sont sensibles au montant des mensualités à rembourser pour les produits qu'ils se procurent et moins au coût total déboursé pour ce produit.

8. CONCLUSION

Complexité de l'information

De manière générale, dans cette recherche, nous avons remarqué que l'achat d'une propriété à crédit oblige le consommateur à traiter, en peu de temps, une quantité importante d'information. Le consommateur doit, entre autres, déterminer la somme d'argent qu'il est capable de rembourser et évaluer l'impact budgétaire associé à l'achat d'une propriété. Il doit calculer s'il est plus judicieux d'utiliser les sommes accumulées à l'intérieur de son régime enregistré d'épargne retraite (REER) pour financer son achat ou s'il est préférable de laisser ces sommes croître à l'abri de l'impôt. Il doit aussi prendre en considération l'impact du montant de la mise de fonds sur le coût de l'assurance prêt hypothécaire.

Puis, le consommateur doit choisir parmi un ensemble de caractéristiques propres aux produits hypothécaires. On pense à la période d'amortissement du prêt, au terme, au choix entre un taux d'intérêt fixe, variable ou variable et convertible, à un prêt hypothécaire ouvert ou fermé, à la fréquence des versements, etc.

Pour aider les consommateurs à faire des choix éclairés lorsqu'ils décident d'acheter une propriété, Option consommateur recommande, entre autres, qu'un guide réalisé indépendamment des institutions financières soit distribué au point de vente et que des vidéos éducatives soient accessibles sur le site de l'Agence de la consommation en matière financière.

Un marché très concentré

Nous avons aussi remarqué que le marché des prêts hypothécaires canadien est très concentré. Trois prêts hypothécaires sur quatre sont octroyés par des banques (59 %) ou des coopératives de crédit (13 %). De surcroît, au Canada, les six plus grandes banques canadiennes détiennent 76 % des actifs du secteur bancaire. La concentration du marché financier soulève des questions en matière de concurrence et on est en droit de

s'interroger si la structure actuelle avantage le consommateur lorsqu'il contracte un prêt hypothécaire. Pour remédier, en partie, à ce problème, Option consommateurs recommande que l'on encadre le montant des pénalités qui doivent être versées aux institutions financières lorsqu'un emprunteur résilie son contrat hypothécaire.

Avantages et inconvénients de l'accès au crédit hypothécaire

Depuis 1990, les modifications apportées à la *Loi nationale de l'habitation* et au régime de garantie de l'assurance hypothécaire ont fait naître de nouveaux produits hypothécaires, dont les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds et les prêts hypothécaires amortis sur de longues périodes. De plus, les institutions financières ont développé de nouveaux produits comme les marges de crédit hypothécaire.

L'accès accru au crédit hypothécaire a favorisé l'accès à la propriété. De 1991 à 2006, le taux de propriété des ménages canadiens est passé de 62 % à 68 %. En contrepartie, l'augmentation de l'accès au crédit hypothécaire au moment où le prix des propriétés montait en flèche a fait augmenter le niveau d'endettement des Canadiens. Cet endettement les a rendus plus vulnérables à une augmentation des taux d'intérêt. Cette constatation soulève un questionnement sur l'objectif vers lequel doit tendre les politiques publiques en matière d'habitation : doit-on continuer à favoriser l'accès à la propriété par l'augmentation de l'accessibilité au crédit hypothécaire ?

Compréhension des produits hypothécaires

À la lumière d'un sondage réalisé par la firme Environics auprès de 2 000 Canadiens, nous concluons principalement que les jeunes de 18 à 29 ans et les ménages dont le revenu est inférieur à 60 000 \$ répondent moins précisément que les autres groupes de la population canadienne aux questions relatives aux prêts hypothécaires. En raison de l'accessibilité accrue des prêts hypothécaires, il est important de continuer les efforts entrepris par les différentes instances publiques canadiennes pour améliorer la littéracie financière.

Le présent projet de recherche a permis d'analyser trois nouveaux produits hypothécaires et de sonder les connaissances des Canadiens. À la lumière des résultats, Option consommateurs émet les recommandations suivantes :

Aux consommateurs

Option consommateurs recommande de s'informer au chapitre des prêts hypothécaires en faisant appel aux guides publiés par des organisations de consommateurs et par le biais des agences gouvernementales qui ont pour mission d'informer les Canadiens en matière financière.

Option consommateurs recommande d'être prudent relativement à l'utilisation des nouveaux produits hypothécaires et rappelle l'importance d'épargner avant d'acheter une propriété.

Option consommateurs recommande d'être vigilants lorsqu'une institution financière calcule leur capacité d'emprunt. En effet, le mode de calcul ne tient pas compte de la situation globale du ménage ainsi que de ses projets comme de s'acheter une nouvelle voiture, d'avoir des enfants, de voyager ou même de rénover leur habitation.

À l'agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC)

Option consommateurs recommande d'offrir, en collaboration avec les associations de consommateurs, des formations de groupe pour aider les consommateurs à acheter leur première maison.

Option consommateurs recommande de mieux se faire connaître des Canadiens.

Option consommateurs recommande de mettre des vidéos éducatives sur les produits hypothécaires à la disposition des consommateurs sur son site Internet.

Option consommateurs recommande d'indiquer sur ses publications électroniques que l'information écrite a été révisée, le cas échéant, par des experts en lisibilité.

Option consommateurs recommande de développer un outil permettant aux consommateurs de déterminer un seuil d'endettement raisonnable relativement au crédit hypothécaire.

Option consommateurs recommande de développer un outil permettant de calculer le taux d'intérêt implicite de la somme d'argent qui est remise en « cadeau » lorsqu'un consommateur s'engage à prendre un prêt hypothécaire à taux fixe pour une période allant de 5 à 7 ans auprès d'une institution financière.

Option consommateurs recommande, à la lumière des résultats de notre sondage, de poursuivre ses efforts d'éducation financière pour rejoindre et informer les ménages à plus faible revenu et les jeunes de 18 à 29 ans.

Au gouvernement fédéral

Option consommateurs recommande de profiter de la prochaine révision de la *Loi sur les banques* pour obliger les institutions financières qui relèvent de sa compétence à distribuer systématiquement un guide pour l'achat d'une propriété lorsqu'un nouvel acheteur se présente en succursale. Ce guide, réalisé indépendamment de l'institution financière, devrait être rédigé par l'Agence de la consommation en matière financière, en collaboration avec les associations de consommateurs.

Option consommateurs recommande d'analyser si les institutions financières prêtent de manière excessive à certains Canadiens. Cette pratique peut fragiliser démesurément la santé financière des Canadiens et la stabilité économique du pays.

Option consommateurs recommande d'encadrer davantage les prêts hypothécaires requérant une faible mise de fonds et les prêts amortis sur de longues périodes.

Option consommateurs recommande d'encadrer les prêts avec remise en argent et d'obliger les institutions financières à en divulguer plus clairement le coût.

Aux institutions financières et leurs représentants

Option consommateurs recommande de publier les coordonnées de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada sur leurs sites Internet et dans leurs brochures.

BIBLIOGRAPHIE

1- Livres et guides

Acheter une maison, Collection Protégez-vous en partenariat avec l'ACEF de l'Est de Montréal, Éditions Protégez-vous, 2006.

Brassard, Éric, *Un chez-moi à mon coût*, Éditeurs éricbrassard, 2000.

Brassard, Éric, *La finance au volant*, Éditions éricBrassard, 2003.

Cefis, Alberta et Roberta Hague, *Tout sur les prêts hypothécaires*, publications MNH Inc, 2004, p. 16.

Dubois, *Code criminel annoté et lois connexes*, éditions Yvon Blais inc., 1997, art. 347, p.404.

Une hypothèque à votre mesure, Association des banquiers canadiens, 1998.

2- Articles de journaux

Stéphanie Grammond, *En avons-nous vraiment les moyens ?*, La Presse, 29 août 2007.

Dubuc, André, Les Affaires, *L'hypothèque de 40 ans, une solution avantageuse dans certains cas*, du 14 au 20 juin 2008.

La PresseAffaires.com, *Ottawa resserre la vis aux hypothèques*. 10 juillet 2008.

3- Rapports annuels et rapports de recherche

Comparaison des marchés de prêts hypothécaires à risque et de rechange du Canada et des États-Unis, Les Architectes hypothécaires, 2007.

Évolution des tendances de l'ascension à la propriété et des coûts d'habitation au Canada, Statistiques Canada, recensement 2006.

La triste histoire d'un code condamné : les déboires de la mise en œuvre du Code de pratiques des services de cartes de débit, Option consommateurs, réalisé par Jacques St Amant, 2005.

Promotion et projection de tous les droits de l'homme, civils, politiques, économiques, sociaux et culturels, y compris le droit au développement, Mission au Canada, Rapport des Nations Unies, conseil des droits de l'homme, 2009.

Rapport sur les tendances en consommation, Bureau de la consommation d'Industrie Canada, 2005.

Société canadienne d'hypothèques et de logement, *L'Observateur du logement au Canada 2008*.

4- Pages Internet

Le site de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada

http://www.fcac-acfc.gc.ca/Tools/Mortgage/PaymentCalc/MortgagePayment_f.asp

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/CreditReportScore/ExTransUnionScore-fra.asp>

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/FichesConseils/PDFs/FCMagMargCredit-fra.pdf>

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/industrie/Obligations/Banque/banques-fra.asp>.

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/industrie/Obligations/Banque/DispBanques-fra.asp#Autres>

http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/TypesOfMortgages_f.asp

http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/Term_f.asp

http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/publications/hypothecaires/Amortization_f.asp

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/historique/default.asp>

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/role/default.asp>

<http://www.fcac-acfc.gc.ca/fra/ausujet/commissaire/default.asp>

Le site de l'Association des banquiers canadiens

<http://www.cba.ca/fr/content/stats/080902Banker%20Rankings%202007%20FR.pdf>

<http://www.cba.ca/fr/default.asp>

Le site de la Banque Canadian Tire

www.myctfs.com

<https://www.myctfs.com/ContactUs/InStoreLocator/>

Le site de la Banque CIBC

<http://www.cibc.com/ca/mortgages/flexible-downpayment-mortg-fr.html>

Le site de la Banque Manuvie

http://www.banquemanuvie.ca/canada/canada1.nsf/public/about_mlif

http://www.banquemanuvie.ca/canada/mBank.nsf/Public/prm_f

Le site de la Banque de Montréal

http://www4.bmo.com/particuliers/0,4344,35702_37177,00.html?pChannelId=37138

Le site de la Banque Nationale du Canada

http://www.bnc.ca/bnc/cda/feeds5/0,2726,divId-2_langId-2_navCode-12872_navCodeExTh-4050,00.html

Le site de la Banque Le Choix du Président

<http://www.banking.pcfincancial.ca/a/products/mortgagesMenu/cashBackMortgage.page>

Le site de la Banque Royale du Canada

<http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SW4AFawWZA4AF8BYjIM/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html#Amortization>

http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SWuew6wWAA8AIfC8zI8/produits/hypotheques/lump-sum_prepayments.html

http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SdIop6wWAA4AEyCs1Bw/produits/hypotheques/self_employed_mortgages.html

<http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SYiixo71A8YAC1C8yWI/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html#Equity>

<http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SYidSqwWZA4AToCWgO0/produits/hypotheques/down-payment-options.html>

<http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SW39FawWZA4AVYCyrt/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html#Term>

http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:SWuew6wWAA8AIfC8zI8/produits/hypotheques/double-up_payments.html

Le site de la Banque Scotia

http://scotiabank.com/cda/content/0,1608,CID9661_LIDfr,00.html

http://scotiabank.com/cda/content/0,1608,CID11044_LIDfr,00.html

Le site de la Banque TD

<http://www.tdcanadatrust.com/francais/pretsypothecaires/highratio.jsp>

<http://www.tdcanadatrust.com/francais/pretsypothecaires/highratio.jsp>

Le site de la Bibliothèque du Parlement

<http://www.parl.gc.ca/information/library/PRBpubs/prb0601-f.htm>

Le site du Bureau de la consommation d'Industrie Canada

<http://www.ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/fra/ca02111.html>

Le site de la caisse populaire Vancity

<https://www.vancity.com/MyMoney/ProductsandServices/Borrowing/Mortgages/Options/FixedTermMortgages/>

Le site du Canal Argent

<http://argent.canoe.com/lca/infos/quebec/archives/2008/10/20081027-130629.html>

Le site du Consortium du Guides pour l'Accès au crédit

<http://www.cogac.ca/fr/index.spy>

Le site L'Encyclopédie canadienne

<http://www.thecanadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=f1SEC846070>

Le site Informez-vous.com sur les hypothèques

http://www.informezvous.com/hypothèque/strategie_hypothèque_sans_mise_de_fonds.html

Le site du ministère des Finances

http://www.fin.gc.ca/n08/data/08-051_1-fra.asp

Le site du ministère de la Justice

<http://lois.justice.gc.ca/fr/F-11.1/index.html>

http://lois.justice.gc.ca/fr/const/c1867_f.html#distribution

<http://lois.justice.gc.ca/fr/showdoc/cs/B-1.01///fr?page=1>

http://lois.justice.gc.ca/fr/showdoc/cs/F-11.1/bo-ga:s_3//fr#anchorbo-ga:s_3

Le site d'Option consommateurs

http://www.option-consommateurs.org/documents/principal/fr/File/alpha_oc0211.pdf

Le site de la Passerelle d'information pour le consommateur canadien

<http://www.consumerinformation.ca/app/oca/ccig/consumerChallenge.do?consumerChallengeNo=461&language=fre>

Le site des publications du gouvernement du Québec

http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=3&file=/P_40_1/P40_1R1.HTM

Le site de la Société canadienne d'hypothèques et de logement

<http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/clfihaclin/asprhy/loproc/upload/SCHL-Travailleurs-autonomes.pdf>

<http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/clfihaclin/asprhy/loproc/upload/SCHL-Nouveaux-arrivants.pdf>

http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/co/asprhy/asprhy_002.cfm

<http://www.cmhc-schl.gc.ca/fr/clfihaclin/asprhy/enem/index.cfm>

<http://www.schl.ca/fr/inso/sapr/co/2006/2006-02-25-1400.cfm?renderforprint=1>

Le site de Radio-Canada

<http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Economie-Affaires/2009/02/24/004-prix-maison-usa.shtml>

Le site du réseau The Exchange

<http://www.the-exchange.ca/default.aspx?PageID=1006&LangID=en>

Le site de Statistique Canada

<http://www.statcan.gc.ca/pub/75-202-x/2006000/5203690-fra.htm>

<http://www12.statcan.gc.ca/francais/census06/analysis/shelter/pdf/97-554-XIF2006001.pdf>

ANNEXE 1 : GLOSSAIRE DE LA BANQUE ROYALE¹⁰⁵

Redressements

Taxes foncières, factures de services publics et, s'il y a lieu, frais de copropriété déjà payés par le vendeur, que l'acheteur doit verser au vendeur, au prorata, à la conclusion de la vente.

Période d'amortissement

Nombre d'années nécessaires au remboursement du montant total de l'hypothèque.

Période anniversaire

Votre période anniversaire correspond à la période de 12 mois qui commence chaque année à la date de redressement des intérêts hypothécaires ou, si vous avez renouvelé ou modifié votre prêt hypothécaire, à la date d'effet du renouvellement ou de la modification.

Évaluation

L'évaluation est faite par un évaluateur indépendant engagé par la Banque et sert à établir la valeur marchande de la propriété et à déterminer si cette dernière répond aux critères de crédit. La valeur peut correspondre ou non au prix d'achat.

Soumission

Document par lequel un entrepreneur ou un artisan s'offre à réaliser un projet donné à un prix stipulé ; comporte une description précise des quantités et qualités des matériaux qu'il se propose d'employer ainsi que des exclusions de responsabilité.

Versements mixtes

Versements uniformes composés d'une fraction de capital et des intérêts, effectués chaque mois pendant la durée de l'emprunt. Chaque mois, le capital remboursé augmente tandis que les intérêts remboursés diminuent. Le montant des versements demeure inchangé au cours du terme.

¹⁰⁵ <http://www.rbcbanqueroyle.com/RBC:SWei9I71A8cAbBAAOp4/produits/hypotheques/mortgage-glossary.html>, consulté le 9 janvier 2009.

Frais d'annulation

Somme versée au prêteur en guise de dédommagement dans le cas d'un remboursement anticipé d'un prêt hypothécaire sans privilège de remboursement anticipé partiel ou complet avant l'échéance du terme.

Certificat de localisation

Document préparé par un arpenteur compétent indiquant avec précision les dimensions exactes et l'emplacement de la propriété, et décrivant le type et les dimensions du ou des immeubles, agrandissements compris, et l'emplacement exact du ou des immeubles sur la propriété.

Hypothèque à échéance fixe

Une hypothèque qui ne peut pas être remboursée, renégociée ou refinancée avant son échéance sans compensation ou frais d'annulation.

Frais de clôture

Frais payables à la conclusion de la vente. Les frais de clôture standard comprennent les frais de redressement des taxes foncières payées d'avance, des frais liés aux services publics et aux charges communes d'une copropriété s'il y a lieu fait par le vendeur ; les droits de mutation, les assurances et les honoraires et frais d'avocat ou de notaire.

Certificat d'achèvement

Document signé par vous attestant que le travail a été effectué au complet à votre entière satisfaction et libérant l'entrepreneur de toute autre obligation.

Offre conditionnelle

Offre d'achat assujettie à certaines conditions. Ces conditions peuvent porter sur l'obtention d'un financement hypothécaire adéquat, une inspection satisfaisante ou la vente de la propriété actuelle. L'offre d'achat doit indiquer le délai dans lequel certaines conditions doivent être remplies.

Hypothèque conventionnelle

Une hypothèque de premier rang - dont le capital ne peut pas dépasser 80 % du montant le moins élevé de la valeur estimative de la propriété ou du coût de la propriété.

Entrepreneur

Personne responsable de l'exécution de tous les travaux stipulés dans le contrat.

L'entrepreneur est tenu de souscrire les assurances appropriées, de payer les fournisseurs et les ouvriers et de vérifier la qualité des travaux.

Hypothèque convertible

Hypothèque à taux fixe offrant les mêmes garanties qu'une hypothèque à échéance fixe, mais qui peut être convertie en tout temps en une hypothèque à échéance fixe d'une durée supérieure sans pénalité.

Acte de vente

Document rédigé par un avocat ou un notaire, contenant une description détaillée de la propriété que le vendeur cède à l'acheteur. Ce document est enregistré pour établir la preuve de propriété.

Défaillance

Non-paiement des versements du prêt par l'emprunteur au moment où ils deviennent exigibles ou inobservation d'autres conditions du contrat.

Dépôt

Somme versée par l'acheteur au moment de l'offre d'achat. Elle est habituellement gardée en fidéicommiss par le courtier immobilier, l'avocat ou le notaire du vendeur jusqu'à la conclusion de la vente.

Servitude

Droit acquis sur une propriété pour l'usage et l'utilité d'une autre propriété appartenant à une autre personne, par ex., entrée de garage ou services publics. Ailleurs qu'au Québec, on utilise en anglais le terme « easement ».

Valeur nette

Tranche de la valeur marchande d'un bien immobilier qui reste au propriétaire après déduction des sûretés qui le grèvent. Correspond en général à la différence entre cette valeur et le montant du ou des prêts hypothécaires.

Estimation

Chiffrage approximatif du coût d'un chantier par une personne ou une entreprise capable d'exécuter le contrat et disposée à le faire. Une estimation en bonne et due forme est écrite et comprend les principales conditions de l'exécution du travail. Étant moins détaillée, l'estimation est moins fiable qu'une proposition ou une soumission.

Assurance incendie et assurance sur la propriété

Avant la date de clôture, l'acheteur doit avoir souscrit une assurance incendie et une assurance sur la propriété. Le prêteur hypothécaire exige une preuve d'assurance avant de fournir le capital de l'emprunt.

Hypothèque à taux fixe

Le taux d'intérêt d'une hypothèque à taux fixe est établi pour une durée prédéterminée, habituellement entre 6 mois et 25 ans, et ne peut être renégocié sans frais d'annulation. Les intérêts sont calculés chaque semestre et non à l'avance.

Forclusion

Procédure légale par laquelle le créancier obtient la propriété du bien immobilier, par suite de la défaillance du débiteur, en mettant fin à tous les droits du débiteur sur le bien immobilier couvert par l'hypothèque.

Ratio d'endettement brut

Pourcentage du revenu brut de l'emprunteur qui sera affecté aux paiements mensuels du capital, des intérêts, des taxes, des frais de chauffage et des frais de copropriété.

Retenue

Partie de chaque paiement conservée par le client jusqu'à l'achèvement satisfaisant des

travaux ou jusqu'à l'extinction des privilèges enregistrés par les créanciers de l'entrepreneur contre son bâtiment.

Inspection

Examen d'un immeuble effectué par un expert que choisit l'acheteur, en vue de déceler d'éventuels vices de construction ou autres problèmes.

Taux d'intérêt

Le taux de rendement que l'emprunteur verse au prêteur en retour du droit d'utiliser l'argent de l'hypothèque pour une durée déterminée. Le taux d'intérêt est habituellement exprimé en pourcentage annuel, calculé chaque trimestre, non d'avance.

Prêteur

Particulier, partie ou institution financière de qui on emprunte de l'argent. Appelé créancier hypothécaire dans le cas d'une hypothèque.

Législation en matière de privilège

Lois provinciales permettant aux fournisseurs non payés d'un entrepreneur de faire valoir un privilège sur votre propriété, relativement à des sommes qui lui sont dues pour des travaux ou des matériaux se rapportant à votre propriété.

Marge de crédit

Forme de crédit qui permet au particulier d'avoir un accès immédiat sur demande, à une somme prédéterminée qu'il peut utiliser en tout ou en partie. La marge de crédit peut être garantie ou non. Le titulaire peut fournir en garantie des valeurs personnelles, par exemple des obligations, des dépôts à terme ou la valeur nette d'une propriété. La marge de crédit garantie comporte moins de risques pour l'institution financière et offre un taux d'intérêt plus avantageux au détenteur.

Assurance prêt hypothécaire

Assurance obligatoire pour les emprunteurs dont la mise de fonds est inférieure à 20 % du prix d'achat.

Assurance vie hypothécaire

Assurance dont les prestations servent à payer le solde hypothécaire au décès de l'emprunteur assuré. Grâce à l'assurance vie, les survivants ne risquent pas de perdre leur maison.

Créancier hypothécaire

Prêteur qui avance à un emprunteur une hypothèque, dont le remboursement est garanti par une charge grevant un bien immobilier.

Débiteur hypothécaire

Emprunteur qui donne ses titres de propriété ou une sûreté relativement à un bien immobilier à un créancier hypothécaire pour garantir le remboursement d'un prêt hypothécaire.

Offre d'achat

Contrat écrit qui établit les conditions auxquelles l'acheteur accepte d'acquérir une propriété. Moyennant acceptation par le vendeur, ce contrat détermine les droits et les obligations de l'acheteur et du vendeur concernant l'achat et la vente. Le contrat comprend la description juridique et municipale du bien (p. ex., numéros de cadastre et adresse), le prix d'achat, la date de conclusion de la vente, les détails de l'emprunt hypothécaire et les conditions de remboursement ainsi que la liste des articles inclus ou exclus de la vente.

Hypothèque à échéance libre

Une hypothèque pouvant être remboursée à tout moment avant son échéance, sans frais de rupture.

Permis

Autorisation officielle, habituellement donnée par votre municipalité pour vous permettre d'entreprendre vos rénovations.

Plans

Dessins techniques — ou bleus — d'un projet. Devraient inclure les spécifications.

Option de remboursement anticipé

Le droit de rembourser des montants précis du solde du capital avant la date d'échéance du prêt hypothécaire. Des frais d'annulation peuvent être exigés si des versements anticipés sont effectués pour une hypothèque à échéance fixe.

Capital

Montant du prêt hypothécaire, à l'exclusion des intérêts, dû au prêteur à un moment précis.

Devis (voir [Soumission](#))

Agent immobilier

Personne autorisée à négocier une transaction d'achat et de vente entre l'acheteur et le vendeur.

Spécifications

Description détaillée de la portée des travaux, de la qualité et de la quantité de matériaux utilisés. Les spécifications doivent indiquer clairement comment les travaux seront effectués et quel sera le résultat final. Elles devraient être intégrées au contrat.

Sous-entrepreneur

Ouvrier spécialisé embauché pour l'exécution de travaux précis, par exemple, la plomberie, le filage ou l'électricité, que l'équipe en place n'est pas en mesure d'effectuer. Le sous-entrepreneur relève de l'entrepreneur : il suit les instructions de ce dernier et est payé par lui.

Levé du terrain (voir [Certificat de localisation](#))

Terme

La durée pendant laquelle votre contrat de prêt hypothécaire est en vigueur. Lorsque cette durée est écoulée, la totalité du solde du capital doit être remboursée ou l'hypothèque doit être renouvelée ou renégociée aux taux et modalités du moment.

Titre

Droit de propriété d'un bien immobilier, y compris les documents l'attestant.

Ratio d'endettement total

Pourcentage du revenu brut de l'emprunteur qui sera affecté aux paiements mensuels du capital, des intérêts, des taxes foncières, des frais de chauffage et autres prêts et dettes.

Ouvrier spécialisé (voir [Sous-entrepreneur](#))

Hypothèque à taux variable

Taux d'intérêt hypothécaire qui varie en fonction des fluctuations du taux préférentiel. Une hypothèque à taux variable comporte des versements d'un montant fixe durant le terme, et ce, même si le taux d'intérêt fluctue au cours de cette période. Si le taux baisse, une plus grande portion du versement est affectée au remboursement du capital ; si le taux augmente, une plus grande portion du versement est affectée au paiement des intérêts. Les hypothèques à taux variable peuvent être à échéance libre ou fixe.

Lois de zonage

Lois municipales régissant l'utilisation des terrains à des fins précises et l'utilisation des immeubles situés sur ces terrains.

ANNEXE 2 : RÉSULTATS BRUTS DU SONDAGE

FOCUS  **CANADA**
The Pulse of Canadian Public Opinion

Commissioned Research
Conducted for:
Option Consommateurs

Field dates:
January 22 - 28, 2009



336 MacLaren St
Ottawa, Ontario
K2P 0M6

January 16, 2009

**Option Consommateurs
Omnibus questions on Mortgage Awareness
Environics Research
FC84**

I would like to ask you some questions about mortgages.

1.C Do you currently have a mortgage on your home, or did you have one in the past that you have finished paying off?

01 – Yes, have a mortgage now

SKIP TO Q. 3C

02 – Yes, had a mortgage in the past that has been paid off

SKIP TO Q. 3C

03 – No, no mortgage

ASK Q. 2C

99 – DK/NA

IF NO, ASK

2.C Do you think you will ever buy a home and need a mortgage in the future? **IF YES, ASK:** Will that be within the next two years or will it be sometime after that?

01 – Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years

02 – Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years

03 – No, will never buy a home/need mortgage

VOLUNTEERED

04 – Will buy a home but won't need a mortgage

99 – DK/NA

ASK ALL

3.C What are your **three** main sources of information when you have questions regarding mortgages? **DO NOT READ...PROBE FOR THREE RESPONSES AND RECORD ORDER OF RESPONSES**

a. 1st b. 2nd c. 3rd

- 01 - Bank/bank personnel
- 02 - Accountant or other professional (i.e. financial planner/advisor, real estate agent etc...)
- 03 - Friends/family members
- 04 - Internet
- 05 - Magazines/books
- 06 - Specialist organizations (i.e. consumers groups etc...)
- 07 - Government agencies
- 08 - I don't ask anyone/I make no special inquiries
- 08 - Other, specify _____
- 99 - DK/NA

4.C In some cases your financial institution will suggest amortizing your loan over a 35-year period rather than 25 years as a way to reduce your monthly mortgage payments,. For each of the following statements, please tell me whether you completely agree, somewhat agree, somewhat disagree or completely disagree: **READ AND ROTATE**

a. Increasing the amortization period has no impact on the total interest paid on the mortgage.

- 01 - Completely agree
- 02 - Somewhat agree
- 03 - Somewhat disagree
- 04 - Completely disagree
- 99 - DK/NA

b. The longer the amortization period, the more it costs to pay off the loan.

5.C Normally if you have a **variable rate** mortgage, when interest rates fall should your monthly mortgage payments increase, decrease or stay the same?

- 01 - Increase
- 02 - Decrease
- 03 - Stay the same

99 - DK/NA

- 6.C Suppose that your financial institution offers you a **variable**-rate mortgage with the option of converting to a fixed rate in the future. You initially choose the variable-rate mortgage, but when the interest rate increases, you decide to convert to the fixed-rate mortgage. Will your new mortgage interest rate be based on...**READ**

01 - The fixed rate that was in effect when you first signed up for the loan
02 - The fixed rate in effect at the time of conversion
03 – A rate in between these rates that is calculated by your financial institution
99 - DK/NA

- 7.C Suppose your financial institution lends you money for renovations by granting you a **line of credit**. This type of loan gives you the option of only paying the interest each month. If you only pay the interest required can you eventually pay off the entire loan **or** is it impossible to pay off the loan unless you make payments that are more than the interest?

01 - If you only pay the interest required can you eventually pay off the entire loan.
02 - That it's impossible to pay off the entire loan unless you make payments that are more than the interest
99 - DK/NA

- 8.C Suppose that your financial institution offered you a mortgage with a \$10,000 cash refund—provided you lock in to an interest rate that is above the current rate and agree to keep it for 5 years. Which **one** of the following would you most likely do to figure out whether it made sense for you to accept this offer? **READ AND ROTATE**

01 - Do the math yourself, to see if you're getting a good deal
02 - Base your decision on the monthly payments
03 – Ask a financial consultant at your lending institution
04 – Ask sources that have no business ties with your financial institution
05 - Accept the \$10,000 without checking to see whether or not it's worth it
99 - DK/NA

- 9.C Suppose you want to buy your first home, but you haven't managed to save up the required 10% down payment. Your financial institution agrees to lend you the money all the same, provided you agree to take out mortgage insurance. As far as you know, does the cost of this insurance become higher the lower your down payment or does it have no relation to the amount of your down payment?

01 - Have no relation to the amount of the down payment
02 - Become correspondingly higher, the lower your down payment
99 - DK/NA

ÉTUDE SUR LA NOTORIÉTÉ DES PRÊTS HYPOTHÉCAIRES

DEMANDER À TOUS (N = 2 000)

J'aimerais vous poser quelques questions sur les prêts hypothécaires.

Q.1 Bénéficiez-vous actuellement d'un prêt hypothécaire pour votre maison ou en avez-vous déjà eu un que vous avez fini de rembourser?
[NE PAS LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Oui, bénéficie d'un prêt hypothécaire actuellement
- 02 – Oui, a eu un prêt hypothécaire par le passé qui a été remboursé
- 03 – Non, pas de prêt hypothécaire
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

SI N'A PAS DE PRÊT HYPOTHÉCAIRE (CODE 3 À LA Q.1), CONTINUER; AUTREMENT, PASSER AUX DIRECTIVES PRÉCÉDANT LA Q3

Q.2a Pensez-vous que vous achèterez une maison un jour et que vous aurez éventuellement besoin d'un prêt hypothécaire? [NE PAS LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

[NOTE À L'INTERVIEWEUR : SI LE RÉPONDANT DIT OUI, DEMANDER :] Est-ce que ce sera au cours des deux prochaines années ou plus tard?

- 01 – Oui, prévoit acheter une maison/avoir besoin d'un prêt hypothécaire au cours des deux prochaines années
- 02 – Oui, prévoit acheter une maison/avoir besoin d'un prêt hypothécaire dans plus de deux ans
- 03 – Non, n'achètera jamais de maison/n'aura jamais besoin d'un prêt hypothécaire
- 04 – **NE PAS LIRE** : ACHÈTERA UNE MAISON, MAIS N'AURA PAS BESOIN D'UN PRÊT HYPOTHÉCAIRE
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

DEMANDER À TOUS

Q.3 Quelles sont vos **trois** principales sources d'information lorsque vous avez des questions touchant aux prêts hypothécaires? [NE PAS LIRE LA LISTE – SONDER POUR OBTENIR JUSQU'À TROIS RÉPONSES ET NOTER L'ORDRE DES RÉPONSES] [SONDER :] Y en a-t-il d'autres?

	<u>1^{re}</u> <u>réponse</u>	<u>2^e</u> <u>réponse</u>	<u>3^e</u> <u>réponse</u>
Comptable ou autre professionnel (p. ex. planificateur/conseiller financier, agent immobilier, etc.)	1	1	1
Banque/personnel de la banque	2	2	2
Amis/membres de la famille	3	3	3
Organismes gouvernementaux	4	4	4
Internet	5	5	5
Magazines/livres.....	6	6	6
Organismes spécialisés (p. ex. groupes de consommateurs, etc.)	7	7	7
Autre (Préciser)	_____	_____	_____
NPL : JE NE DEMANDE À PERSONNE/JE N'AI PAS DE QUESTIONS ...	00	00	00
NPL : NE SAIT PAS.....	??	??	??

Q.4 Dans certains cas, votre institution financière vous proposera d'amortir votre prêt sur une période de 35 ans plutôt que sur une période de 25 ans afin de réduire le montant de vos versements hypothécaires mensuels. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord pour dire que : [LIRE LA LISTE DANS L'ORDRE DE ROTATION – NOTER UNE RÉPONSE POUR CHACUN]

- 01 – Tout à fait d'accord
- 02 – Plutôt d'accord
- 03 – Plutôt en désaccord
- 04 – Tout à fait en désaccord
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Rotation

- [] a. Prolonger la période d'amortissement n'a pas d'impact sur le montant total des intérêts payés pour ce prêt.
- [] b. Plus la période d'amortissement est longue, plus ça coûte cher de rembourser le prêt.

Q.5 Normalement, si vous avez un prêt hypothécaire à taux variable, lorsqu'il y a une baisse des taux d'intérêt, est-ce que vos paiements hypothécaires mensuels devraient augmenter, diminuer ou demeurer les mêmes? [LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Augmenter
- 02 – Diminuer
- 03 – Demeurer les mêmes
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Q.6 Supposons que votre institution financière vous offrait un prêt hypothécaire à taux variable avec la possibilité de le convertir à un taux fixe à l'avenir. Vous choisissez d'abord un prêt à taux variable, mais suite à une augmentation des taux d'intérêt, vous décidez effectivement de convertir votre prêt en un prêt à taux fixe. Est-ce que votre nouveau taux d'intérêt sera basé sur _____? [LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Le taux fixe qui était en vigueur au moment de la signature initiale du prêt
- 02 – Le taux fixe en vigueur au moment où vous demandez la conversion du prêt
- 03 – Un taux se situant entre ces taux et qui est calculé par votre institution financière
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Q.7 Supposons que votre institution financière vous prête de l'argent pour faire des rénovations sur votre maison en vous accordant une marge de crédit. Ce type de prêt vous donne la possibilité de ne rembourser que les intérêts chaque mois. Si vous payez uniquement les intérêts requis, pouvez-vous éventuellement rembourser la totalité du prêt **ou** est-ce impossible de rembourser le prêt à moins d'effectuer des paiements qui sont plus élevés que les intérêts? [LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Si vous payez uniquement les intérêts requis, vous pouvez éventuellement rembourser la totalité du prêt
- 02 – Il est impossible de rembourser la totalité du prêt à moins d'effectuer des paiements qui sont plus élevés que les intérêts
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Q.8 Supposons que votre institution financière vous offre un prêt hypothécaire avec une remise en argent de 10 000 \$, à condition que vous acceptiez un taux d'intérêt plus élevé que le taux actuel et cela, pour une période de 5 ans. Parmi les actions suivantes, laquelle seriez-vous le plus susceptible de faire pour savoir s'il serait judicieux pour vous d'accepter cette offre? [LIRE LA LISTE DANS L'ORDRE DE ROTATION – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Faire vous-même les calculs pour voir si vous faites une bonne affaire
- 02 – Baser votre décision sur le montant des paiements mensuels

- 03 – Consulter un conseiller financier à votre institution prêteuse
- 04 – Consulter des sources qui n'ont pas de liens professionnels avec votre institution financière
- 05 – Accepter les 10 000 \$ sans vérifier si vous faites une bonne affaire ou non
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Q.9 Supposons que vous désirez acheter votre première maison, mais que vous n'avez pas réussi à épargner la mise de fonds requise de 10 %. Votre institution financière accepte tout de même de vous financer, à condition que vous acceptiez de payer une assurance hypothécaire. Autant que vous le sachiez, est-ce que plus la mise de fonds est faible, plus le coût de l'assurance est élevé ou est-ce que le coût de l'assurance ne dépend pas du montant de la mise de fonds? [LIRE LA LISTE – NOTER UNE RÉPONSE]

- 01 – Ne dépend pas du montant de la mise de fonds
- 02 – Plus la mise de fonds est faible, plus le coût de l'assurance est élevé
- 99 – **NE PAS LIRE** : NE SAIT PAS

Q1. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

EMPLOYMENT =====	REGION =====						SUB-REGION =====							COMMUNITY SIZE =====						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	1M+	100K- 1M	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Unemp Re- loyed tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
TOTAL WEIGHTED 136 400	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
UNWEIGHTED TOTAL 116 542																				
Yes, have a mortgage now 25% 14%	38%	34%	34%	41%	45%	33%	39%	31%	32%	52%	39%	44%	40%	36%	40%	39%	40%	54%	34%	50%
V				C	BCF					GHI M		HI	H					SUV	V	SUV
Yes, had a mortgage in 17% 44% the past that has been RSTU paid off	22%	18%	17%	23%	22%	30%	21%	14%	28%	19%	26%	21%	23%	20%	21%	24%	24%	15%	17%	20%
No, no mortgage 56% 39%	38%	46%	49%	33%	32%	35%	38%	53%	40%	29%	32%	33%	34%	42%	37%	35%	34%	30%	47%	30%
RTV R		DEF	DEF					IJKLM						PQ					RT	
Refused 2% 2%	2%	2%	*%	3%	1%	2%	2%	1%	1%	-	3%	*%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	-
DK/NA - *%	*%	-	1%	-	*%	1%	-	1%	-	-	-	*%	*%	*%	-	*%	-	*%	-	-
				CE								L	HL							



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q1. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

KIDS <18	FAMILY INCOME						EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE					
	Yes	No	TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
Yes, have a mortgage now	16%	64%	28%	38%	14%	34%	48%	53%	65%	22%	36%	38%	39%	46%	40%	36%	35%	38%	38%	22%	61%	46%
V						B	BC	BC	BCDE		G	G	G	GHI							QST	QT
Yes, had a mortgage in the past that has been paid off	46%	8%	32%	22%	16%	24%	20%	22%	19%	23%	17%	20%	23%	26%	24%	18%	19%	22%	22%	4%	8%	27%
QRS						B								HI	M						Q	QR



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

No, no mortgage	38%	68%	42%	30%	24%	15%	53%	45%	40%	36%	25%	34%	44%	43%	38%	38%	70%	30%	25%
36% 25% 38%		CDEF	DEF	F	F		IJK	JK	K	K			L	L			RST		
RS																			
Refused	2%	1%	*%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	3%	1%	2%
2% 3% 1%																			
DK/NA	*%	-	-	-	-	-	-	1%	*%	-	*%	*%	*%	1%	*%	*%	1%	*%	1%
- - *%																			

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q1. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

		Q1 & Q2					
		=====					
TOTAL		Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Yes, have a mortgage now	38%	100%	-	-	-	-	-
Yes, had a mortgage in the past that has been paid off	22%	-	100%	-	-	-	-
No, no mortgage	38%	-	-	100%	100%	100%	100%
Refused	2%	-	-	-	-	-	-
DK/NA	*%	-	-	-	-	-	-

Comparison Groups: BCDEFG
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q2A. DO YOU THINK YOU WILL EVER BUY A HOME AND NEED A MORTGAGE IN THE FUTURE?

SUBSAMPLE: IF DO NOT HAVE A MORTGAGE

EMPLOYMENT =====	REGION =====						SUB-REGION =====							COMMUNITY SIZE =====						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	100K- 1M+	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker	
(U) (V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
TOTAL WEIGHTED 76 158	759	68	237	255	108	92	122	124	54	21	19	68	522	335	155	189	80	255	73	29
UNWEIGHTED TOTAL 58 217	686	94	210	158	148	76	70	102	44	37	39	72	476	252	132	184	118	204	59	27
Yes, expect to buy a 12% - home/need mortgage within next two years	15%	14%	20%	12%	9%	13%	11%	15%	10%	13%	12%	7%	12%	12%	20%	17%	8%	22%	14%	15%
Yes, expect to buy a 45% 4% home/need mortgage in TV more than two years	37%	48%	32%	36%	41%	45%	39%	40%	51%	29%	33%	46%	40%	43%	33%	32%	35%	50%	43%	15%
No, will never buy a 39% 91% home/need a mortgage R RSTU	42%	33%	37%	48%	45%	41%	45%	34%	39%	46%	54%	42%	44%	38%	44%	44%	48%	23%	33%	66%
Will buy a home but 2% 4% won't need a mortgage	3%	1%	10%	-	1%	-	-	11%	-	-	-	1%	1%	4%	3%	2%	4%	4%	4%	4%
Refused - *% M	1%	1%	*%	1%	2%	1%	2%	-	-	8%	-	1%	1%	1%	-	1%	3%	*%	1%	-
DK/NA 2% 1%	2%	3%	1%	3%	3%	-	4%	1%	-	4%	-	4%	2%	2%	1%	4%	2%	1%	5%	-



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q2A. DO YOU THINK YOU WILL EVER BUY A HOME AND NEED A MORTGAGE IN THE FUTURE?

SUBSAMPLE: IF DO NOT HAVE A MORTGAGE

KIDS <18			FAMILY INCOME						EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE						
=====			=====						=====					=====			=====		=====						
Yes	No		====	Under	\$30K	\$60K	\$80K	\$100K	More	Less	H. S.	H. S.	Comm.	Some	Uni v.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+	
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)				
TOTAL	175	135	759	246	192	65	48	53	123	169	231	84	135	434	227	112	367	392	278	164	142				
UNWEIGHTED TOTAL	249	104	686	227	175	56	38	41	141	156	190	70	118	395	212	87	334	352	129	141	167				
Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years	2%	20%	15%	9%	15%	15%	37%	15%	6%	11%	20%	11%	19%	13%	20%	11%	15%	14%	22%	22%	7%				
							BCDF				GH		G		LN				ST	ST	T				
Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years	2%	48%	37%	34%	42%	48%	40%	56%	19%	39%	44%	43%	37%	39%	27%	50%	39%	36%	61%	48%	22%				
								B		G	G	G	G		M		M		RST	ST	T				
No, will never buy a home/need a mortgage	91%	26%	42%	51%	40%	27%	19%	26%	66%	44%	33%	30%	42%	44%	41%	36%	41%	42%	11%	24%	64%				
				DEF	E				HIJK											Q	QR				
Will buy a home but won't need a mortgage	4%	3%	3%	4%	2%	5%	3%	3%	6%	2%	2%	7%	1%	1%	10%	-	3%	4%	3%	2%	4%				
															L										
Refused	1%	1%	1%	1%	-	-	4%	1%	-	2%	*	4%	-	1%	*	2%	1%	1%	2%	-	1%				
DK/NA	*	3%	2%	2%	3%	1%	-	-	3%	2%	1%	5%	1%	2%	2%	*	1%	3%	2%	3%	3%				



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q2A. DO YOU THINK YOU WILL EVER BUY A HOME AND NEED A MORTGAGE IN THE FUTURE?

SUBSAMPLE: IF DO NOT HAVE A MORTGAGE

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	759	-	-	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	686	-	-	686	75	182	382
Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years	15%	-	-	15%	100% D	-	-
Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years	37%	-	-	37%	-	100% D	-
No, will never buy a home/need a mortgage	42%	-	-	42%	-	-	100% D
Will buy a home but won't need a mortgage	3%	-	-	3%	-	-	-
Refused	1%	-	-	1%	-	-	-
DK/NA	2%	-	-	2%	-	-	-

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q1/2. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla- ntic	OC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl.	100K- 1M+	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker	
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Unemp Re- loyed tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
UNWEIGHTED TOTAL	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
Yes, have a mortgage now	38%	34%	34%	41%	45%	33%	39%	31%	32%	52%	39%	44%	40%	36%	40%	39%	40%	54%	34%	50%
V				C	BCF					GHI		HI	H					SUV	V	SUV
Yes, had a mortgage in the past that has been paid off	22%	18%	17%	23%	22%	30%	21%	14%	28%	19%	26%	21%	23%	20%	21%	24%	24%	15%	17%	20%
RSTU				C		BCE				H			H							
No, no mortgage	38%	46%	49%	33%	32%	35%	38%	53%	40%	29%	32%	33%	34%	42%	37%	35%	34%	30%	47%	30%
RTV R		DEF	DEF					IJKLM						PQ					RT	
Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years	6%	7%	10%	4%	3%	4%	4%	8%	4%	4%	4%	2%	4%	5%	7%	6%	3%	6%	7%	4%
E		E	BDEF					LM						Q	Q	Q				
Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years	14%	22%	15%	12%	13%	16%	15%	21%	20%	8%	11%	15%	14%	18%	12%	11%	12%	15%	20%	4%
RTV		CDEF						JKM	JK			J		OPQ				TV	TV	
No, will never buy a home/need a mortgage	16%	15%	18%	16%	14%	14%	17%	18%	16%	14%	17%	14%	15%	16%	16%	15%	16%	7%	16%	19%
R RSTU																			R	R
Will buy a home but won't need a mortgage	1%	1%	5%	-	*%	-	-	6%	-	-	-	*%	*%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	1%
BE		BE						LM												



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Refused	2%	2%	*%	3%	1%	2%	2%	1%	1%	-	3%	*%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	-
2% 2%				CE							L		HL							
DK/NA	*%	-	1%	-	*%	1%	-	1%	-	-	-	*%	*%	*%	-	*%	-	*%	-	-
- *%																				

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q1/2. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
=====			=====					=====					=====			=====		=====				
Yes	No		===== TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
Yes, have a mortgage now	16%	64%	28%	38%	14%	34%	48%	53%	65%	22%	36%	38%	39%	46%	40%	36%	35%	38%	38%	22%	61%	46%
V						B	BC	BC	BCDE		G	G	G	GHI							QST	QT
Yes, had a mortgage in the past that has been paid off	46%	8%	32%	22%	16%	24%	20%	22%	19%	23%	17%	20%	23%	26%	24%	18%	19%	22%	22%	4%	8%	27%
QRS						B								HI	M						Q	QR
No, no mortgage	36%	25%	38%	38%	68%	42%	30%	24%	15%	53%	45%	40%	36%	25%	34%	44%	43%	38%	38%	70%	30%	25%
RS						CDEF	DEF	F	F	IJK	JK	K	K			L	L				RST	
Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years	1%	5%	4%	6%	6%	6%	5%	9%	2%	3%	5%	8%	4%	5%	4%	9%	5%	6%	5%	15%	7%	2%
						F	F	F				GJK				LN					RST	ST
Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years	1%	12%	9%	14%	23%	17%	15%	10%	8%	10%	17%	18%	15%	9%	13%	12%	22%	15%	14%	43%	14%	5%
						DEF	EF	F			GK	GK	K				LM				RST	ST
No, will never buy a home/need a mortgage	33%	7%	23%	16%	35%	17%	8%	5%	4%	35%	20%	13%	11%	10%	15%	18%	16%	16%	16%	7%	7%	16%
QRS						CDEF	DEF			HIJK	IJK											QR
Will buy a home but won't need a mortgage	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	*	3%	1%	1%	2%	*	*	4%	-	1%	1%	2%	1%	1%
										K			K			L						
Refused	2%	3%	1%	2%	1%	*	1%	1%	1%	2%	2%	1%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	3%	1%	2%



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

DK/NA									1%	*%		*%	*%	*%	1%	*%	*%	1%	*%	1%
-	-	*%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q1/2. DO YOU CURRENTLY HAVE A MORTGAGE ON YOUR HOME, OR DID YOU HAVE ONE IN THE PAST THAT YOU HAVE FINISHED PAYING OFF?

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Yes, have a mortgage now	38%	100%	-	-	-	-	-
Yes, had a mortgage in the past that has been paid off	22%	-	100%	-	-	-	-
No, no mortgage	38%	-	-	100%	100%	100%	100%
Yes, expect to buy a home/need mortgage within next two years	6%	-	-	15%	100% D	-	-
Yes, expect to buy a home/need mortgage in more than two years	14%	-	-	37%	-	100% D	-
No, will never buy a home/need a mortgage	16%	-	-	42%	-	-	100% D
Will buy a home but won't need a mortgage	1%	-	-	3%	-	-	-
Refused	2%	-	-	-	-	-	-
DK/NA	*%	-	-	-	-	-	-

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES?

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	100K- 1M+	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker	
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
TOTAL WEI GHTED 136 400	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
UNWEI GHTED TOTAL 116 542	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
Bank/bank personnel 46% 51%	60%	58%	58%	56%	68%	69%	50%	56%	65%	74%	63%	67%	61%	56%	61%	63%	66%	66%	71%	63%
					BCD	BCD			G	GHM		GH	G			N	N	UV	UV	U
Internet 33% 15%	35%	39%	28%	41%	34%	31%	40%	32%	30%	35%	27%	36%	37%	35%	41%	33%	28%	44%	25%	35%
V		C		CF			K						K	Q	PQ			SUV	V	V
Accountant or other 14% 18% profession al	23%	21%	24%	24%	21%	24%	25%	27%	23%	20%	19%	22%	23%	25%	24%	24%	14%	27%	16%	19%
														Q	Q	Q		SUV		
Friends/family members 17% 9%	21%	16%	14%	23%	28%	21%	21%	16%	21%	35%	27%	26%	23%	20%	25%	22%	14%	25%	27%	22%
				BC	BCF	C				GHI M	H	H	H	Q	Q	Q		UV	V	V
Newspaper 7% 9%	8%	8%	1%	11%	10%	12%	13%	1%	15%	11%	8%	10%	11%	10%	11%	6%	4%	10%	8%	6%
		C		C	C	C	H		H	H	H	H	H	PQ	PQ					
I don' t ask anyone/I 12% 12% make no speci al RS inqui ri es	8%	10%	9%	8%	5%	9%	9%	10%	8%	6%	6%	4%	7%	9%	7%	7%	8%	6%	7%	10%
							L	L												
Magazi nes/books 6% 6%	6%	10%	11%	5%	4%	3%	5%	13%	3%	5%	1%	5%	5%	7%	7%	4%	5%	5%	6%	6%
		DEF	DEF				K	IJKLM					K							
Televi si on 14% 6%	6%	5%	6%	8%	4%	6%	9%	5%	7%	2%	3%	5%	6%	7%	7%	5%	5%	6%	5%	8%
				E			JK													
RSV																				
Speci al ist organi zati ons 2% 4%	4%	4%	3%	3%	4%	4%	5%	4%	6%	6%	3%	3%	4%	4%	3%	2%	5%	3%	5%	1%



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

The news/media 2% 2% (unspeci fi ed)	3%	*%	1%	3%	3%	5%	3%	2%	7%	4%	3%	3%	3%	4%	3%	2%	1%	3%	4%	2%
				B	BC	BC			H					PQ						
Government agenci es 2% 1%	1%	*%	3%	1%	1%	1%	2%	3%	-	1%	*%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	-
				BEF																
Radi o - 1%	1%	1%	*%	2%	1%	1%	1%	-	2%	1%	-	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%
Word of mouth 2% 1% (unspeci fi ed/other)	1%	2%	*%	*%	1%	2%	-	*%	1%	-	1%	1%	1%	*%	1%	1%	1%	*%	2%	-
Mai ls/fl yers/brochures/ - *% pamphl ets	1%	2%	*%	1%	*%	2%	*%	-	3%	-	1%	*%	1%	1%	1%	*%	1%	1%	3%	-
				C																V

Conti nued/

Compari son Groups: BCDEF/GHI JKLM/NO PQ/RSTUV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case l etters i ndicate si gni fi cance at the 95% l evel .

Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES? (cont'd)

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	100K- 1M+	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker	
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Unemp Re- loyed tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
TOTAL WEI GHTED 136 400	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
UNWEI GHTED TOTAL 116 542																				
Advertisi ng 1% 1% (unspeci fi ed)	1%	*%	-	1%	1%	2%	1%	-	3%	1%	1%	*%	1%	1%	*%	*%	1%	*%	*%	-
Interest rates/fi nanci al 2% *% report	1%	-	-	1%	1%	*%	*%	-	-	1%	-	1%	1%	*%	1%	*%	*%	1%	-	-
My experi ence/knowl edge - -	*%	-	*%	*%	1%	*%	-	*%	1%	*%	4%	-	*%	*%	*%	*%	1%	1%	-	-
Tel ephone - *%	*%	1%	*%	*%	-	-	-	*%	-	-	-	-	*%	*%	1%	*%	*%	*%	-	-
Research/readi ng - -	*%	-	-	*%	*%	1%	-	-	1%	-	1%	-	*%	*%	*%	*%	*%	*%	-	-
Li brary - *%	*%	-	-	-	1%	*%	-	-	1%	-	-	1%	*%	*%	-	-	*%	*%	1%	-
Other 2% 1%	1%	2%	1%	*%	1%	2%	-	*%	2%	2%	-	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	*%	1%
Refused 7% 11%	4%	3%	2%	5%	6%	2%	5%	2%	2%	5%	4%	7%	5%	4%	4%	5%	5%	1%	4%	4%
R RST				CF	CF							HI	H							
DK/NA 4% 9%	6%	5%	8%	6%	7%	3%	8%	9%	3%	5%	12%	6%	6%	7%	5%	5%	7%	5%	4%	6%
RSU			F		F		I	I				I								



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES?

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
=====			=====					=====					=====			=====		=====				
Yes	No		===== TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l .	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
-	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED 481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572	
UNWEIGHTED TOTAL 655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675	
Bank/bank personnel 53%	64%	60%	60%	46%	63%	68%	68%	68%	46%	57%	62%	61%	67%	61%	58%	60%	59%	61%	58%	61%	68%	
					B	B	B	B		G	G	G	GH								T	QRT
Internet 14%	43%	27%	35%	22%	33%	39%	40%	50%	12%	30%	38%	40%	45%	36%	30%	39%	38%	33%	46%	47%	34%	
					B	B	B	BCDE		G	GH	GH	GHI	M		M	P			ST	ST	T
V Accountant or other 19% 28% 20% professional V			23%	16%	25%	26%	25%	29%	17%	17%	26%	30%	25%	23%	25%	23%	24%	23%	22%	27%	24%	
					B	B	B	B			GH	GH	GH								T	
V Friends/family members 11% 27% 15%			21%	22%	21%	24%	29%	18%	11%	16%	23%	25%	24%	24%	15%	18%	18%	24%	39%	24%	14%	
							CF			G	GH	GH	GH	MN				O	RST	ST		
V Newspaper 9% 7% 9%			8%	6%	6%	8%	9%	14%	3%	6%	8%	8%	13%	11%	2%	7%	9%	8%	3%	8%	12%	
											G	G	GHI	M		M					Q	QR
Q I don't ask anyone/I 13% 5% 10% make no special QRS U inquiries			8%	13%	7%	3%	6%	6%	12%	10%	6%	6%	7%	8%	8%	7%	8%	8%	6%	5%	7%	
					CDEF						IK											
V Magazines/books 6% 7% 6%			6%	4%	7%	8%	9%	8%	4%	4%	7%	7%	8%	6%	10%	5%	7%	6%	7%	5%	7%	
													G		LN							
V Television 5% 6% 6%			6%	7%	6%	11%	3%	6%	4%	7%	7%	7%	6%	7%	5%	7%	8%	5%	6%	7%	7%	
						E											P					
V Specialist organizations 4% 4% 4%			4%	3%	3%	6%	5%	2%	3%	2%	3%	4%	5%	3%	3%	5%	3%	4%	2%	4%	4%	



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Q	F																					
The news/media 2% 2% 2% (unspeci fi ed)	3%	3%	4%	1%	1%	5%	2%	1%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	2%	4%			
																				H	RT	
Government agenci es 1% 2% 1%	1%	1%	1%	1%	2%	2%	*%	1%	2%	2%	2%	1%	3%	3%	2%	1%	2%	2%	1%			
									G		G										S	
Radi o 1% 1% 1%	1%	1%	2%	2%	-	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	*%	-	1%	1%	1%	1%	1%			
																						M
Word of mouth 1% 1% 1% (unspeci fi ed/other)	1%	1%	1%	2%	*%	*%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	*%	*%	1%	1%	1%	1%	1%			

Continued/

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

**Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES?
(Cont'd)**

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
=====			=====					=====					=====			=====		=====				
Yes	No		===== TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
-	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572	
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675	
Mails/flyers/brochures/ pamphlets	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Advertising (unspecified)	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Interest rates/financial report	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
My experience/knowledge	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Telephone	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Research/reading	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Library	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Other	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%
Refused	8%	3%	6%	4%	7%	4%	1%	1%	1%	8%	6%	3%	4%	2%	4%	4%	7%	4%	5%	2%	2%	4%
DK/NA	9%	3%	6%	6%	12%	5%	6%	3%	2%	15%	8%	5%	3%	3%	6%	7%	6%	6%	6%	9%	4%	4%



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES?

	Q1 & Q2						
TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home	
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Bank/bank personnel	60%	69% DFG	64% DG	50% G	73% DFG	58% G	38%
Internet	35%	43% CDG	23% G	34% CG	39% CG	55% BCDEG	15%
Accountant or other professional	23%	28% DG	23% G	19% G	21%	25% G	14%
Friends/family members	21%	21% CG	15% G	25% CG	40% BCDG	37% BCDG	9%
Newspaper	8%	9% D	11% D	6%	-	6%	8%
I don't ask anyone/I make no special inquiries	8%	4%	7% B	12% BCF	-	6%	22% BCDF
Magazines/books	6%	7% EG	8% DEG	4%	1%	7% EG	3%
Television	6%	7%	7%	5%	-	5%	7%
Specialist organizations	4%	4%	4%	3%	2%	3%	3%
The news/media (unspecified)	3%	2%	3%	3%	4%	3%	2%
Government agencies	1%	2%	1%	2%	6% G	1%	1%
Radio	1%	1%	*%	1%	-	2%	1%
Word of mouth (unspecified/other)	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Mails/flyers/brochures/pamphlets	1%	1%	1%	1%	-	1%	-

Continued/

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q3. WHAT ARE YOUR THREE MAIN SOURCES FOR INFORMATION WHEN YOU HAVE QUESTIONS REGARDING MORTGAGES? (cont'd)

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Advertising (unspecified)	1%	1%	*%	1%	-	2%	1%
Interest rates/financial report	1%	*%	1%	1%	3%	-	*%
My experience/knowledge	*%	*%	*%	*%	-	*%	-
Telephone	*%	1%	*%	-	-	-	-
Research/reading	*%	*%	*%	*%	-	*%	-
Library	*%	*%	*%	*%	1%	-	-
Other	1%	1%	1%	1%	-	1%	*%
Refused	4%	1%	4% B	6% BF	4%	1%	10% BCEF
DK/NA	6%	2%	6% B	10% BC	10% B	6% B	12% BCF

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

**Q4A. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
INCREASING THE AMORTIZATION PERIOD HAS NO IMPACT ON THE TOTAL INTEREST PAID ON THE MORTGAGE?**

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE				Full Time	Part Time	Home-maker
	TOTAL	Atlantic	QC	ON	Prairies	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl.	100K-1M	5K-100K	Under 5K				
Unemployed	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Re-tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
WEIGHTED TOTAL	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
TOP 2 BOX	19%	29%	25%	19%	16%	12%	21%	25%	14%	14%	17%	15%	18%	20%	19%	20%	17%	17%	20%	33%
20% 21%		DEF	DEF	F			I	JLM												RV
BOTTOM 2 BOX	73%	65%	68%	74%	78%	75%	71%	67%	71%	78%	72%	80%	74%	71%	74%	74%	74%	80%	71%	60%
69% 64%				B	BC	B				H		GH	H					STUV		
Completely agree	7%	8%	11%	7%	5%	4%	7%	10%	4%	7%	5%	5%	6%	7%	9%	6%	7%	6%	7%	9%
3% 9%			DEF																	
Somewhat agree	12%	20%	14%	12%	11%	8%	14%	15%	10%	8%	13%	11%	12%	13%	10%	13%	10%	11%	13%	23%
17% 12%		CDEF	F																	RV
Somewhat disagree	14%	16%	15%	13%	15%	14%	15%	18%	11%	21%	14%	13%	14%	14%	13%	14%	18%	12%	24%	20%
15% 14%								I		I										RV
Completely disagree	58%	49%	53%	61%	64%	61%	57%	48%	60%	58%	58%	67%	60%	57%	61%	59%	57%	68%	47%	40%
54% 50%				BC	BC	B						GH	H					STUV		
Refused	2%	4%	1%	2%	1%	5%	1%	2%	7%	2%	2%	1%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	4%	1%
3% 6%																				R
RTU																				
DK/NA	6%	3%	6%	5%	5%	8%	6%	6%	9%	5%	8%	4%	5%	6%	5%	5%	6%	3%	5%	7%
8% 8%																				



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

R		B																			
Mean		3.34	3.13	3.19	3.38	3.46	3.52	3.31	3.14	3.50	3.40	3.40	3.49	3.39	3.33	3.35	3.36	3.35	3.46	3.21	2.98
3.34	3.24																				
S. D		0.98	1.04	1.08	0.97	0.89	0.83	0.98	1.05	0.88	0.92	0.93	0.88	0.95	0.98	1.02	0.96	0.96	0.93	0.97	1.05
0.91	1.04																				
S. E		0.03	0.08	0.06	0.05	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.11	0.12	0.06	0.03	0.04	0.06	0.05	0.06	0.04	0.10	0.13
0.10	0.05																				

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

**Q4A. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
INCREASING THE AMORTIZATION PERIOD HAS NO IMPACT ON THE TOTAL INTEREST PAID ON THE MORTGAGE?**

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
Yes	No		TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
TOP 2 BOX	19%	21%	19%	19%	26%	27%	14%	16%	11%	32%	29%	21%	9%	12%	18%	22%	26%	18%	21%	25%	17%	18%
BOTTOM 2 BOX	67%	75%	71%	73%	57%	66%	85%	81%	88%	54%	61%	72%	84%	84%	75%	70%	62%	75%	71%	67%	78%	76%
Compl etely agree	9%	6%	8%	7%	9%	10%	5%	7%	6%	11%	11%	8%	3%	4%	6%	11%	9%	8%	6%	6%	6%	8%
Somewhat agree	10%	14%	11%	12%	17%	18%	9%	9%	5%	21%	18%	13%	6%	8%	12%	11%	18%	10%	14%	19%	11%	10%
Somewhat di sagree	14%	11%	14%	14%	20%	17%	19%	8%	6%	16%	21%	11%	17%	11%	14%	17%	12%	11%	17%	24%	13%	9%
S					EF	EF	EF				IK		K				0		RST			
Compl etely di sagree	54%	64%	57%	58%	36%	50%	65%	73%	82%	37%	41%	61%	67%	73%	61%	53%	50%	63%	54%	44%	65%	66%
Q	V					B	BC	BC	BCDE			GH	GH	GHI	MN		P			QT	QT	
Refused	5%	1%	3%	2%	6%	2%	*%	-	*%	3%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	3%	2%	2%	2%	1%	1%
QRS		U				CDF																
DK/NA	8%	3%	6%	6%	11%	5%	1%	3%	1%	11%	6%	5%	5%	3%	5%	6%	9%	4%	7%	6%	4%	5%



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

RS	U		CDEF						DF						IJK			K				
Mean	3.30	3.39	3.33	3.34	3.01	3.13	3.46	3.51	3.66	2.94	3.01	3.34	3.58	3.59	3.41	3.22	3.17	3.40	3.29	3.13	3.44	3.43
S. D	1.03	0.97	1.00	0.98	1.04	1.06	0.86	0.94	0.83	1.09	1.07	1.02	0.76	0.82	0.93	1.06	1.07	0.99	0.97	0.96	0.93	0.99
S. E	0.05	0.05	0.03	0.03	0.07	0.06	0.07	0.08	0.05	0.08	0.06	0.05	0.06	0.04	0.03	0.05	0.09	0.04	0.04	0.07	0.05	0.04

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.

**Q4A. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
INCREASING THE AMORTIZATION PERIOD HAS NO IMPACT ON THE TOTAL INTEREST PAID ON THE MORTGAGE?**

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
TOP 2 BOX	19%	16%	15%	27% BC	23%	28% BC	26% BC
BOTTOM 2 BOX	73%	81% DFG	78% DFG	61%	73% G	63%	56%
Compl etely agree	7%	6%	8%	9%	8%	8%	8%
Somewhat agree	12%	10%	7%	18% BC	15%	20% BC	18% BC
Somewhat di sagree	14%	9%	12%	20% BC	18%	24% BC	18% BC
Compl etely di sagree	58%	71% DEFG	66% DFG	41%	54% DFG	39%	37%
Refused	2%	*%	2%	4% B	1%	3%	6% BC
DK/NA	6%	3%	5%	9% BCE	3%	6%	13% BCEF
Mean	3.34	3.51	3.47	3.06	3.24	3.03	3.03
S. D	0.98	0.91	0.95	1.03	1.01	1.00	1.04
S. E	0.03	0.04	0.05	0.05	0.13	0.08	0.07

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

**Q4B. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION
SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR
MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
THE LONGER THE AMORTIZATION PERIOD, THE MORE IT COSTS TO PAY OFF THE LOAN.**

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE				Full Time	Part Time	Home-maker		
	TOTAL	Atlantic	QC	ON	Prairies	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl.	100K-1M	5K-100K	Under 5K						
Unemployed Re-tired	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
TOTAL WEIGHTED 136 400	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98		
UNWEIGHTED TOTAL 116 542	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90		
TOP 2 BOX 84% 77%	88%	90%	86%	87%	91%	86%	86%	83%	86%	92%	92%	90%	88%	86%	89%	88%	91%	94%	87%	80%		
BOTTOM 2 BOX 8% 12%	8%	7%	9%	8%	7%	8%	11%	10%	7%	4%	5%	8%	8%	9%	6%	7%	7%	5%	11%	13%		
Completely agree 56% 64%	71%	65%	70%	70%	78%	72%	65%	66%	69%	81%	67%	79%	72%	68%	75%	72%	75%	80%	65%	48%		
Somewhat agree 28% 13%	16%	25%	16%	17%	13%	14%	21%	17%	17%	11%	25%	11%	16%	18%	13%	16%	16%	14%	22%	31%		
Somewhat disagree 4% 5%	4%	4%	4%	4%	3%	5%	6%	4%	3%	1%	4%	3%	4%	4%	3%	4%	3%	2%	7%	5%		
Completely disagree 4% 7%	4%	3%	5%	4%	4%	3%	5%	6%	4%	3%	1%	5%	4%	5%	3%	3%	4%	2%	4%	8%		
Refused 4% 5%	2%	2%	1%	2%	1%	3%	1%	2%	4%	1%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%		



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

RS																					
DK/NA 5% 5%	3%	1%	4%	2%	2%	3%	2%	5%	3%	3%	1%	1%	2%	3%	3%	3%	2%	1%	1%	6%	
RS			B					L												R	
Mean 1.52 1.50	1.38	1.43	1.40	1.39	1.31	1.36	1.49	1.46	1.38	1.22	1.36	1.32	1.37	1.44	1.31	1.36	1.35	1.26	1.49	1.69	
S. D 0.78 0.92	0.76	0.72	0.80	0.76	0.71	0.74	0.83	0.85	0.75	0.62	0.61	0.77	0.74	0.81	0.69	0.72	0.74	0.62	0.80	0.91	
S. E 0.08 0.05	0.02	0.06	0.04	0.04	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.07	0.07	0.05	0.02	0.03	0.04	0.03	0.05	0.02	0.08	0.11	

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

**Q4B. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
THE LONGER THE AMORTIZATION PERIOD, THE MORE IT COSTS TO PAY OFF THE LOAN.**

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
=====			=====					=====					=====			=====		=====				
Yes	No		TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H.S.	H.S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
TOP 2 BOX	80%	90%	86%	88%	76%	89%	93%	93%	93%	75%	83%	89%	93%	92%	89%	88%	79%	88%	87%	88%	92%	89%
V						B	B	B	B		G	GH	GH	GH	N	N				T	T	T
BOTTOM 2 BOX	12%	7%	8%	8%	13%	7%	5%	6%	7%	17%	10%	7%	3%	6%	7%	7%	16%	9%	7%	8%	6%	6%
RS						CDEF				HIJK	JK				LM							
Completely agree	68%	71%	73%	71%	54%	70%	80%	79%	84%	55%	60%	74%	79%	80%	74%	72%	55%	74%	69%	55%	79%	78%
Q						B	BC	BC	BC			GH	GH	GH	N	N		P			QT	QT
Somewhat agree	12%	19%	13%	16%	22%	19%	13%	14%	9%	19%	24%	15%	13%	13%	15%	15%	24%	14%	19%	33%	13%	11%
V						DEF	F			K	JK				LM		O			RST		
Somewhat disagree	5%	3%	4%	4%	7%	4%	4%	4%	2%	7%	6%	4%	2%	2%	4%	4%	7%	4%	4%	5%	3%	3%
R						F				IJK	JK											
Completely disagree	6%	4%	4%	4%	4%	6%	3%	1%	2%	9%	4%	3%	1%	4%	3%	4%	9%	5%	3%	3%	4%	3%
S						DE	D		D	HIJK	J		J		LM							
Refused	4%	1%	3%	2%	4%	2%	1%	-	*	3%	3%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	2%



**FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS**

			R																		
QR	U		DF			F											R				
DK/NA 4%	1%	3%	3%	7%	1%	1%	2%	1%	6%	4%	2%	2%	1%	2%	3%	3%	2%	3%	2%	1%	3%
R	U		CDEF			JK					K				O						
Mean 1.45	1.38	1.36	1.38	1.61	1.39	1.24	1.28	1.27	1.68	1.52	1.33	1.22	1.29	1.33	1.35	1.69	1.37	1.39	1.55	1.30	1.27
S. D 0.88	0.74	0.77	0.76	0.90	0.73	0.56	0.63	0.73	0.99	0.81	0.70	0.53	0.70	0.71	0.73	0.98	0.78	0.73	0.75	0.70	0.67
S. E 0.04	0.04	0.02	0.02	0.06	0.04	0.04	0.05	0.04	0.07	0.05	0.03	0.04	0.03	0.02	0.04	0.08	0.03	0.03	0.06	0.03	0.03

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
 Independent Z-Test for Percentages
 Upper case letters indicate significance at the 95% level.

**Q4B. LEVEL OF AGREEMENT WITH THE FOLLOWING STATEMENTS AS IT RELATES TO YOUR FINANCIAL INSTITUTION SUGGESTING AMORTIZING YOUR LOAN OVER A 35-YEAR PERIOD RATHER THAN 25 YEARS AS A WAY TO REDUCE YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS:
THE LONGER THE AMORTIZATION PERIOD, THE MORE IT COSTS TO PAY OFF THE LOAN.**

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
TOP 2 BOX	88%	93% CDFG	89% DG	81% G	95% DG	87% G	72%
BOTTOM 2 BOX	8%	5%	7%	11% BE	4%	9%	15% BCE
Compl etel y agree	71%	81% DEFG	80% DFG	57%	70% DG	58%	51%
Somewhat agree	16%	12%	9%	24% BC	25% BC	29% BC	22% BC
Somewhat di sagree	4%	2%	4% B	6% B	4%	6% B	7% B
Compl etel y di sagree	4%	4%	4%	4%	-	3%	8% BCF
Refused	2%	1%	1%	3% BC	-	1%	6% BCF
DK/NA	3%	1%	2%	5% BCE	1%	3%	7% BCEF
Mean	1.38	1.27	1.29	1.54	1.34	1.52	1.67
S. D	0.76	0.67	0.71	0.82	0.56	0.74	0.96
S. E	0.02	0.03	0.04	0.04	0.07	0.06	0.06

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Q5. NORMALLY IF YOU HAVE A VARIABLE RATE MORTGAGE, WHEN INTEREST RATES FALL SHOULD YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS INCREASE, DECREASE OR STAY THE SAME?

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	1M+	100K- 1M	5K- 100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home- maker
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Unemp Re- loyed tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
TOTAL WEI GHTED 136 400	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
UNWEI GHTED TOTAL 116 542																				
Increase... [x1] 9% 5%	6%	8%	5%	7%	4%	7%	7%	3%	5%	4%	4%	4%	6%	5%	10%	5%	4%	5%	9%	11%
Decrease... [x-1] 55% 43%	51%	46%	54%	48%	57%	53%	47%	53%	53%	57%	58%	51%	51%	51%	52%	50%	54%	56%	48%	49%
V																				
Stay the same... [x0] 23% 38%	34%	42%	31%	36%	32%	32%	37%	31%	34%	38%	32%	30%	35%	34%	32%	37%	32%	34%	34%	30%
U																				
Refused 3% 5%	3%	1%	2%	3%	2%	5%	3%	3%	5%	2%	*	3%	3%	3%	2%	4%	2%	2%	2%	1%
RT																				
DK/NA 9% 8%	6%	3%	9%	6%	5%	3%	6%	9%	3%	3%	6%	5%	5%	7%	5%	5%	8%	4%	7%	9%
R																				
Mean -0.52 -0.43	-0.50	-0.39	-0.55	-0.46	-0.57	-0.50	-0.44	-0.58	-0.52	-0.51	-0.57	-0.59	-0.48	-0.51	-0.45	-0.50	-0.55	-0.54	-0.43	-0.43
S. D 0.68 0.61	0.62	0.64	0.59	0.63	0.58	0.63	0.64	0.56	0.60	0.59	0.58	0.58	0.62	0.61	0.68	0.59	0.59	0.60	0.67	0.70
S. E 0.07 0.03	0.02	0.05	0.03	0.03	0.03	0.04	0.05	0.04	0.06	0.07	0.07	0.04	0.02	0.03	0.04	0.03	0.04	0.02	0.07	0.09



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q5. NORMALLY IF YOU HAVE A VARIABLE RATE MORTGAGE, WHEN INTEREST RATES FALL SHOULD YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS INCREASE, DECREASE OR STAY THE SAME?

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE					
=====			=====					=====					=====			=====		=====					
Yes	No		====	Under	\$30K	\$60K	\$80K	\$100K	More	Less	H. S.	Comm.	Some	Uni v.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)		
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572	
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675	
Increase... [x1]	5%	5%	5%	6%	7%	8%	8%	4%	3%	5%	6%	6%	4%	7%	6%	5%	9%	7%	5%	9%	6%	4%	
					F	EF	F										M						
Decrease... [x-1]	45%	57%	50%	51%	42%	48%	50%	59%	63%	41%	50%	53%	57%	54%	52%	54%	45%	53%	50%	46%	58%	55%	
V							BC	BCD		G	G	G	G		N						QT	QT	
Stay the same... [x0]	37%	31%	35%	34%	37%	38%	37%	33%	28%	43%	33%	33%	29%	33%	34%	32%	34%	33%	34%	34%	31%	34%	
					F	F				HI	JK												
Refused	4%	3%	3%	3%	6%	1%	3%	1%	1%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	2%	3%	3%	3%	5%	1%	2%	
RS					CEF																R		
DK/NA	8%	4%	7%	6%	8%	5%	3%	4%	4%	8%	8%	5%	7%	4%	5%	7%	9%	4%	8%	6%	4%	5%	
R		U			D					K										O			
Mean	0.46	-0.56	-0.49	-0.50	-0.41	-0.42	-0.45	-0.58	-0.64	-0.40	-0.49	-0.51	-0.60	-0.50	-0.50	-0.55	-0.40	-0.50	-0.50	-0.42	-0.55	-0.54	-
S. D	0.60	0.59	0.61	0.62	0.64	0.65	0.64	0.57	0.54	0.59	0.62	0.61	0.57	0.63	0.62	0.59	0.68	0.63	0.60	0.67	0.61	0.59	
S. E	0.03	0.03	0.02	0.02	0.04	0.04	0.05	0.05	0.03	0.04	0.04	0.03	0.04	0.03	0.02	0.03	0.05	0.02	0.02	0.05	0.03	0.03	



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHIJK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q5. NORMALLY IF YOU HAVE A VARIABLE RATE MORTGAGE, WHEN INTEREST RATES FALL SHOULD YOUR MONTHLY MORTGAGE PAYMENTS INCREASE, DECREASE OR STAY THE SAME?

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Increase... [x1]	6%	5%	6%	7% B	6%	8%	8%
Decrease... [x-1]	51%	57% DG	53% DG	45%	46%	50%	40%
Stay the same... [x0]	34%	33%	34%	35%	42%	33%	35%
Refused	3%	1%	2%	4% BC	-	4% B	5% BC
DK/NA	6%	4%	5%	8% BC	5%	5%	12% BCF
Mean	-0.50	-0.56	-0.51	-0.43	-0.42	-0.46	-0.39
S. D	0.62	0.59	0.62	0.64	0.62	0.65	0.65
S. E	0.02	0.02	0.03	0.03	0.08	0.05	0.04

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q6. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERS YOU A VARIABLE-RATE MORTGAGE WITH THE OPTION OF CONVERTING TO A FIXED RATE IN THE FUTURE. YOU INITIALLY CHOOSE THE VARIABLE-RATE MORTGAGE BUT WHEN THE INTEREST RATE INCREASES, YOU DECIDE TO CONVERT TO THE FIXED-RATE MORTGAGE. WILL YOUR NEW MORTGAGE INTEREST RATE BE BASED ON:

EMPLOYMENT =====	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla- ntic	QC	ON	Prai- ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	100K- 1M+	5K- 1M	Under 100K 5K	Full Time	Part Time	Home- maker	
(U) (V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
TOTAL WEIGHTED 136 400	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
UNWEIGHTED TOTAL 116 542	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
The fixed rate that was 10% 15% in effect when you first signed up for the loan	13%	15%	21%	12%	9%	8%	14%	22%	8%	7%	14%	8%	11%	15%	13%	9%	16%	12%	17%	8%
		F	DEF					IJLM						P			P			
The fixed rate in effect 41% 35% at the time of conversion	46%	41%	39%	49%	50%	49%	46%	39%	47%	53%	44%	51%	48%	46%	48%	46%	44%	53%	42%	43%
				C	BC	C				H		H	H					SUV		
A rate in between these 30% 23% rates that is calculated by your financial institution	26%	32%	23%	27%	26%	24%	26%	21%	22%	23%	28%	26%	26%	23%	26%	28%	27%	25%	24%	33%
		C														N				
Refused 7% 11%	5%	3%	3%	5%	6%	7%	5%	4%	9%	5%	3%	7%	5%	6%	3%	5%	3%	2%	5%	1%
RT RST														0						
DK/NA 11% 16%	10%	9%	14%	8%	9%	12%	8%	13%	15%	12%	11%	8%	9%	10%	10%	11%	10%	7%	13%	14%
R				DE																



FOCUS CANADA 2008-4 OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q6. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERS YOU A VARIABLE-RATE MORTGAGE WITH THE OPTION OF CONVERTING TO A FIXED RATE IN THE FUTURE. YOU INITIALLY CHOOSE THE VARIABLE-RATE MORTGAGE BUT WHEN THE INTEREST RATE INCREASES, YOU DECIDE TO CONVERT TO THE FIXED-RATE MORTGAGE. WILL YOUR NEW MORTGAGE INTEREST RATE BE BASED ON:

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE				
=====			=====					=====					=====			=====		=====				
Yes	No		TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Coll.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEIGHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
The fixed rate that was in effect when you first signed up for the loan	17%	11%	14%	13%	15%	19%	13%	13%	9%	21%	16%	14%	9%	8%	10%	20%	13%	14%	13%	15%	11%	11%
					F	F				IJK	K	K			L							
The fixed rate in effect at the time of conversion	36%	54%	43%	46%	33%	43%	44%	57%	60%	32%	37%	47%	52%	57%	48%	42%	42%	48%	44%	38%	55%	51%
						B	B	BCD	BCD			GH	GH	GHI	M						QT	QT
A rate in between these rates that is calculated by your financial institution	21%	27%	24%	26%	29%	26%	31%	23%	23%	28%	29%	25%	24%	24%	28%	21%	26%	25%	26%	32%	26%	25%
															M					T		
Refused	10%	4%	6%	5%	8%	3%	5%	*	4%	5%	4%	6%	3%	4%	5%	4%	5%	5%	5%	4%	3%	3%
					CE	E	E		E													
DK/NA	16%	4%	13%	10%	15%	9%	7%	6%	4%	15%	14%	9%	11%	8%	9%	13%	14%	8%	12%	11%	6%	10%
					CDEF	F				IK	IK				L			O				R
RS		U																				



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHIJK/LMN/OPQRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q6. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERS YOU A VARIABLE-RATE MORTGAGE WITH THE OPTION OF CONVERTING TO A FIXED RATE IN THE FUTURE. YOU INITIALLY CHOOSE THE VARIABLE-RATE MORTGAGE BUT WHEN THE INTEREST RATE INCREASES, YOU DECIDE TO CONVERT TO THE FIXED-RATE MORTGAGE. WILL YOUR NEW MORTGAGE INTEREST RATE BE BASED ON:

TOTAL	Q1 & Q2						
	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home	
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
The fixed rate that was in effect when you first signed up for the loan	13%	12%	13%	15%	15%	14%	16%
The fixed rate in effect at the time of conversion	46%	59% CDEFG	46% DFG	34%	43%	34%	30%
A rate in between these rates that is calculated by your financial institution	26%	21%	25%	31% BC	25%	38% BC	28% B
Refused	5%	2%	5% B	6% B	3%	4%	8% B
DK/NA	10%	6%	11% B	15% B	14%	10%	18% BCF

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q7. SUPPOSE YOUR FINANCIAL INSTITUTION LENDS YOU MONEY FOR RENOVATIONS BY GRANTING YOU A LINE OF CREDIT. THIS TYPE OF LOAN GIVES YOU THE OPTION OF ONLY PAYING THE INTEREST EACH MONTH. IF YOU ONLY PAY THE INTEREST REQUIRED CAN YOU EVENTUALLY PAY OFF THE ENTIRE LOAN OR IS IT IMPOSSIBLE TO PAY OFF THE LOAN UNLESS YOU MAKE PAYMENTS THAT ARE MORE THAN THE INTEREST?

KIDS <18			FAMILY INCOME					EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE			
			TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59
Yes	No		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)
		(T) (U) (V)	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
TOTAL WEIGHTED 481 536 1543			2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
UNWEIGHTED TOTAL 655 459 1543																					
If you only pay the 10% 12% 11% interest required you can eventually pay off the entire loan			12%	18%	12%	12%	11%	5%	19%	11%	13%	6%	9%	8%	18%	17%	13%	10%	16%	11%	11%
				CEF	F	F			HJK	J	J				L	L			T		
That it's impossible to 76% 85% 80% pay off the entire loan unless you make payments that are more than the interest			82%	72%	83%	86%	87%	91%	71%	80%	83%	86%	87%	87%	72%	73%	82%	83%	79%	86%	86%
					B	B	B	BC		G	G	G	GH	MN					QT	QT	
Refused 5% 1% 3%			2%	2%	1%	2%	1%	2%	3%	3%	1%	3%	1%	2%	2%	3%	1%	2%	1%	*	1%
QRS U																					
DK/NA 8% 2% 6%			4%	8%	4%	1%	2%	2%	8%	7%	2%	5%	3%	2%	9%	7%	4%	5%	5%	3%	2%
RS U				DEF	D				IK	IK					L	L					



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q7. SUPPOSE YOUR FINANCIAL INSTITUTION LENDS YOU MONEY FOR RENOVATIONS BY GRANTING YOU A LINE OF CREDIT. THIS TYPE OF LOAN GIVES YOU THE OPTION OF ONLY PAYING THE INTEREST EACH MONTH. IF YOU ONLY PAY THE INTEREST REQUIRED CAN YOU EVENTUALLY PAY OFF THE ENTIRE LOAN OR IS IT IMPOSSIBLE TO PAY OFF THE LOAN UNLESS YOU MAKE PAYMENTS THAT ARE MORE THAN THE INTEREST?

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
If you only pay the interest required you can eventually pay off the entire loan	12%	9%	8%	17% BC	13%	19% BC	15% BC
That it's impossible to pay off the entire loan unless you make payments that are more than the interest	82%	89% DFG	86% DFG	74%	83% G	78%	70%
Refused	2%	1%	3% BF	2% F	-	*%	4% BF
DK/NA	4%	2%	4%	7% BF	4%	3%	11% BCEF

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q8. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERED YOU A MORTGAGE WITH A \$10,000 CASH REFUND-PROVIDED YOU LOCK IN TO AN INTEREST RATE THAT IS ABOVE THE CURRENT RATE AND AGREE TO KEEP IT FOR 5 YEARS. WHICH ONE OF THE FOLLOWING WOULD YOU MOST LIKELY DO TO FIGURE OUT WHETHER IT MADE SENSE FOR YOU TO ACCEPT THIS OFFER?

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE						
	TOTAL	Atla-ntic	QC	ON	Prai-ries	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl. QC	1M+	1M	5K-100K	Under 5K	Full Time	Part Time	Home-maker
(U)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Unemp Re-loyed tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
UNWEIGHTED TOTAL	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
Do the math yourself, to see if you're getting a good deal	38%	34%	30%	41%	41%	40%	39%	30%	36%	39%	45%	40%	40%	36%	41%	40%	32%	41%	41%	31%
Base your decision on the monthly payments	7%	7%	10%	5%	5%	7%	6%	12%	8%	4%	2%	6%	5%	8%	5%	5%	7%	6%	9%	7%
Ask a financial consultant at your lending institution	24%	30%	24%	23%	25%	22%	28%	22%	21%	28%	28%	23%	24%	24%	18%	26%	31%	23%	25%	37%
Ask sources that have no businesses ties with your financial institution	25%	25%	25%	24%	23%	25%	20%	23%	29%	26%	18%	24%	24%	23%	29%	23%	25%	27%	21%	19%
Accept the \$10,000 without checking to see whether or not it's worth it	2%	1%	3%	3%	1%	2%	2%	3%	2%	1%	4%	1%	2%	2%	4%	2%	1%	2%	2%	1%
Refused	2%	1%	2%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	3%	1%	5%	2%	3%	1%	2%	1%	1%	*	2%
RSTU														0						
DK/NA	3%	2%	6%	1%	1%	2%	1%	8%	1%	-	1%	2%	2%	3%	3%	2%	2%	1%	2%	2%



FOCUS CANADA 2008-4 OPTION CONOMMATEURS

R

BDEF

GI KLM

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q8. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERED YOU A MORTGAGE WITH A \$10,000 CASH REFUND-PROVIDED YOU LOCK IN TO AN INTEREST RATE THAT IS ABOVE THE CURRENT RATE AND AGREE TO KEEP IT FOR 5 YEARS. WHICH ONE OF THE FOLLOWING WOULD YOU MOST LIKELY DO TO FIGURE OUT WHETHER IT MADE SENSE FOR YOU TO ACCEPT THIS OFFER?

KIDS <18	FAMILY INCOME						EDUCATION					LANGUAGE			GENDER		AGE					
	Yes	No	TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H.S.	H.S.	Comm. Col l.	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED 481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572	
UNWEIGHTED TOTAL 655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675	
Do the math yourself, to see if you're getting a good deal	34%	40%	37%	38%	32%	32%	33%	37%	54%													
Base your decision on the monthly payments	5%	6%	6%	7%	10%	5%	7%	3%	7%	8%	7%	8%	5%	5%	10%	8%	6%	7%	13%	5%	5%	
Ask a financial consultant at your lending institution	25%	24%	24%	24%	30%	26%	30%	18%	19%	30%	31%	27%	19%	16%	23%	27%	20%	20%	28%	27%	23%	23%
Ask sources that have no businesses ties with your financial institution	23%	26%	24%	25%	19%	28%	29%	35%	22%	21%	22%	26%	26%	25%	26%	21%	22%	27%	24%	26%	25%	
Accept the \$10,000 without checking to see whether or not it's worth it	2%	2%	2%	2%	4%	1%	2%	1%	1%	4%	2%	3%	1%	1%	2%	2%	5%	3%	2%	3%	2%	3%
Refused	6%	1%	3%	2%	3%	1%	1%	1%	1%	5%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	4%	3%	2%	1%	1%	1%
DK/NA	5%	1%	4%	3%	5%	1%	*%	1%	*%	7%	3%	1%	3%	2%	2%	5%	4%	2%	3%	2%	2%	2%



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q8. SUPPOSE THAT YOUR FINANCIAL INSTITUTION OFFERED YOU A MORTGAGE WITH A \$10,000 CASH REFUND-PROVIDED YOU LOCK IN TO AN INTEREST RATE THAT IS ABOVE THE CURRENT RATE AND AGREE TO KEEP IT FOR 5 YEARS. WHICH ONE OF THE FOLLOWING WOULD YOU MOST LIKELY DO TO FIGURE OUT WHETHER IT MADE SENSE FOR YOU TO ACCEPT THIS OFFER?

TOTAL	Q1 & Q2						
	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home	
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Do the math yourself, to see if you're getting a good deal	38%	43% DFG	41% DFG	31%	31%	32%	32%
Base your decision on the monthly payments	7%	5% C	3%	10% BC	11% C	13% BCG	6% C
Ask a financial consultant at your lending institution	24%	23%	25%	25%	27%	26%	24%
Ask sources that have no businesses ties with your financial institution	25%	26%	25%	23%	27%	26%	20%
Accept the \$10,000 without checking to see whether or not it's worth it	2%	2%	2%	3%	3%	2%	4%
Refused	2%	*%	3% B	3% B	2%	-	6% BE
DK/NA	3%	*%	2%	5% BCEF	1%	2%	8% BCEF

Comparison Groups: BCDEFG
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Q9. SUPPOSE YOU WANT TO BUY YOUR FIRST HOME, BUT YOU HAVEN'T MANAGED TO SAVE UP THE REQUIRED 10% DOWN PAYMENT. YOUR FINANCIAL INSTITUTION AGREES TO LEND YOU THE MONEY ALL THE SAME, PROVIDED YOU AGREE TO TAKE OUT MORTGAGE INSURANCE. AS FAR AS YOU KNOW, DOES THE COST OF THIS INSURANCE BECOME HIGHER THE LOWER YOUR DOWN PAYMENT OR DOES IT HAVE NO RELATION TO THE AMOUNT OF YOUR DOWN PAYMENT?

EMPLOYMENT	REGION						SUB-REGION							COMMUNITY SIZE				Full Time	Part Time	Home-maker
	TOTAL	Atlantic	QC	ON	Prairies	BC	Tor.	Mtl	Van.	MB	SK	AB	Can. Excl.	100K-1M	5K-100K	Under 5K				
Unemployed	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	(T)
Re-tired	2002	148	487	767	335	265	322	234	137	71	60	204	1515	802	419	545	236	859	155	98
Unemployed	2002	250	502	500	500	250	195	232	125	133	117	250	1500	688	413	572	329	806	150	90
Have no relation to the amount of the down payment	31%	36%	37%	31%	27%	21%	26%	35%	19%	31%	24%	27%	29%	28%	33%	32%	34%	33%	29%	38%
Become correspondingly higher, the lower your down payment	51%	44%	43%	53%	54%	61%	58%	45%	63%	47%	62%	54%	53%	55%	53%	47%	42%	54%	52%	43%
Refused	4%	3%	3%	5%	6%	6%	4%	4%	8%	6%	5%	6%	5%	5%	3%	5%	5%	3%	5%	3%
DK/NA	14%	18%	17%	12%	13%	12%	12%	17%	10%	16%	10%	13%	13%	13%	11%	16%	18%	10%	14%	16%
R				D													0			



FOCUS CANADA 2008-4 OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JKLM/NOPQ/RSTUV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q9. SUPPOSE YOU WANT TO BUY YOUR FIRST HOME, BUT YOU HAVEN'T MANAGED TO SAVE UP THE REQUIRED 10% DOWN PAYMENT. YOUR FINANCIAL INSTITUTION AGREES TO LEND YOU THE MONEY ALL THE SAME, PROVIDED YOU AGREE TO TAKE OUT MORTGAGE INSURANCE. AS FAR AS YOU KNOW, DOES THE COST OF THIS INSURANCE BECOME HIGHER THE LOWER YOUR DOWN PAYMENT OR DOES IT HAVE NO RELATION TO THE AMOUNT OF YOUR DOWN PAYMENT?

KID S <18			FAMILY INCOME					EDUCATI ON					LANGUAGE			GENDER		AGE				
			=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====
Yes	No		TOTAL	Under \$30K	\$30K Under \$60K	\$60K Under \$80K	\$80K Under \$100K	\$100K More	Less H. S.	H. S.	Comm. Col l .	Some Uni v.	Uni v. Deg.	Eng.	Fre.	Other	M	F	18-29	30-44	45-59	60+
(T)	(U)	(V)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	(N)	(O)	(P)	(Q)	(R)	(S)	
TOTAL WEIGHTED	481	536	1543	2002	361	460	215	197	355	230	378	576	234	542	1268	512	259	967	1035	396	554	572
UNWEI GHTED TOTAL	655	459	1543	2002	373	471	211	185	340	278	388	536	235	527	1275	543	224	1001	1001	184	488	675
Have no relation to the amount of the down payment	27%	35%	30%	31%	30%	35%	36%	30%	24%	34%	36%	34%	30%	21%	30%	35%	29%	29%	32%	28%	32%	34%
Become correspondi ngly higher, the lower your down payment	46%	52%	48%	51%	47%	47%	52%	57%	63%	44%	41%	50%	49%	63%	51%	46%	56%	57%	46%	57%	53%	49%
Refused	8%	3%	5%	4%	5%	3%	3%	4%	3%	5%	4%	4%	3%	5%	5%	2%	5%	4%	5%	2%	3%	4%
DK/NA	20%	9%	17%	14%	18%	16%	9%	9%	9%	17%	18%	11%	18%	11%	14%	16%	11%	11%	17%	13%	11%	13%
QRS																						
QRS		U			DEF	DEF					IK	IK						0				



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

Comparison Groups: BCDEF/GHI JK/LMN/OP/QRST/UV
Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

Q9. SUPPOSE YOU WANT TO BUY YOUR FIRST HOME, BUT YOU HAVEN'T MANAGED TO SAVE UP THE REQUIRED 10% DOWN PAYMENT. YOUR FINANCIAL INSTITUTION AGREES TO LEND YOU THE MONEY ALL THE SAME, PROVIDED YOU AGREE TO TAKE OUT MORTGAGE INSURANCE. AS FAR AS YOU KNOW, DOES THE COST OF THIS INSURANCE BECOME HIGHER THE LOWER YOUR DOWN PAYMENT OR DOES IT HAVE NO RELATION TO THE AMOUNT OF YOUR DOWN PAYMENT?

	Q1 & Q2						
	TOTAL	Have Mortgage	Had Mortgage in past	No Mortgage	Get Mortgage Next 2yr	Get Mortgage More than 2yr	Never Buy a home
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)
TOTAL WEIGHTED	2002	766	436	759	110	284	319
UNWEIGHTED TOTAL	2002	744	539	686	75	182	382
Have no relation to the amount of the down payment	31%	35% C	24%	31% C	30%	29%	33% C
Become correspondingly higher, the lower your down payment	51%	53% G	52% G	49% G	58% G	55% G	41%
Refused	4%	3%	6% B	5%	-	4%	6% B
DK/NA	14%	10%	18% B	16% B	12%	12%	20% BF

Comparison Groups: BCDEFG



Independent Z-Test for Percentages
Upper case letters indicate significance at the 95% level.

FOCUS CANADA 2008-4 OPTION CONOMMATEURS



METHOD OF INTERVIEWING

This report presents the findings of a telephone survey conducted among a national random sample of 2,002 adults comprising 1001 males and 1001 females 18 years of age and older, living in Canada. The margin of error for a sample of this size is +/- 3.10%, 19 times out of 20.

Interviewing for this Research House National Telephone Omnibus Survey was completed during the period: January 22 - 28, 2009. Data collection was conducted from our central location dialing facilities in Toronto, Ontario & Montreal, Quebec. Interviews were disproportionately allocated by region as follows: **Atlantic Canada = 250, Quebec = 502, Ontario = 500, Manitoba / Saskatchewan = 250, Alberta = 250 and British Columbia = 250.**

QUALITY CONTROL

The Research House commitment to excellence on custom studies applies equally to the Research House National Omnibus (RHO). All interviewers were fully briefed by experienced supervisory staff to ensure that there was a thorough understanding of study requirements and flow of the questionnaire. Field supervisors were present at all times to ensure accurate interviewing and recording of responses. Ten percent of each interviewer's work was unobtrusively monitored for quality control in accordance with the standards set out by the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA). A minimum of five calls were made to a household before classifying it as a "no answer."

SAMPLE SELECTION

The most advanced probability sampling techniques are employed in the selection of households for telephone interviewing. The sampling model relies on stratification of the population by 10 regions (Atlantic Canada, Montreal CMA, the rest of Quebec, Toronto CMA, the rest of Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Vancouver CMA and the rest of British Columbia) and by four community sizes (1,000,000 inhabitants or more, 100,000 to 1,000,000 inhabitants, 5,000 to 100,000 inhabitants, and under 5,000 inhabitants). Samples are generated using a database of active phone ranges. These ranges are made up of a series of contiguous blocks of 100 contiguous phone numbers and are revised three to four times per year after a thorough analysis of the most recent edition of an electronic phonebook. Each number generated is put through an appropriate series of validation procedures before it is retained as part of a sample. Each number generated is looked up in a current electronic phonebook database to retrieve geographic location, business indicator and "do not call" status. The postal code for listed numbers is verified for accuracy and compared against a list of valid codes for the sample stratum. Non-listed numbers are assigned a "most probable" postal code (FSA) based on the data available for all listed numbers in the phone exchange. This sample selection technique ensures both unlisted numbers and numbers listed after the directory publication are included in the sample.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS

SAMPLE DESIGN AND RESPONDENT SELECTION

Quotas are maintained within each of the regions to ensure that an equal number of interviews with male and female respondents are obtained. Respondents must indicate their age prior to proceeding with the questionnaire, however, there are no particular age quotas implemented. Qualification is based simply on being 18 years of age or older. From within each multi-person household contacted, respondents 18 years of age and older were screened for random selection using the "next birthday" method. The use of this technique produces results that are as valid and effective as enumerating all persons within a household and selecting one randomly. The sample is then weighted in tabulation to replicate actual population distribution by sex and age within region. Only one interview is conducted per household.

HOW TO READ TABLES

Data is percentaged vertically and, therefore should be read from top-to-bottom. The total number of interviews, both weighted and un-weighted, appears at the top of each column. Percentages are calculated on the weighted bases. Percentages may not add to 100% due to weighting factors or multiple responses. Where an asterisk (*) appears, it signifies any value of less than one-half percent.

SIGNIFICANCE TESTING

When results appear in the detailed tabulations, an indicator of statistically significant differences is added to the tables run on our standard demographic banners. Each column is assigned a letter. When the percentage of one column is significantly different from the percentage of another column the letter representing one of the two columns appears next to the percentage of the other column. Significance testing is done to the 95% confidence level. The columns compared are listed at the bottom of each table.

Note that any statistical test becomes less reliable when the sample sizes are small.



FOCUS CANADA 2008-4
OPTION CONOMMATEURS