**Note d’information du Haut-commissariat au Plan**

**Résultats de l’enquête de conjoncture auprès des ménages**

**Deuxième trimestre 2015**

**Les résultats de l’enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent qu’au deuxième trimestre de 2015, l’Indice de Confiance des Ménages (ICM) continue sa tendance haussière entamée depuis le quatrième trimestre de 2014. Il aura enregistré une hausse de 2,4 points par rapport au premier trimestre de 2015 et de 2,1 points par rapport au même trimestre de l’année 2014.**

C’est ainsi qu’au deuxième trimestre de 2015, l'ICM s’établit à 76,1 points, contre 73,7 points un trimestre auparavant et 74,0 points le même trimestre de l’année passée.

1. **Evolution des composantes de l'ICM**
* **Niveau de vie : un ressenti en amélioration**

Au deuxième trimestre de 2015, l’opinion des ménages sur l’évolution passée du niveau de vie s'est améliorée et a atteint son plus haut niveau depuis près de sept ans. Le solde qui la synthétise gagne 1,3 point par rapport au trimestre précédent et 4,9 points par rapport au même trimestre de l’année précédente.

Les perceptions par les ménages de l’évolution future du niveau de vie ont connu la même tendance, enregistrant une amélioration de 1,5 point par rapport au trimestre précédent et de 5,8 points par rapport au même trimestre de l’année précédente.

**• Evolution du chômage : un pessimisme persistant**

Au deuxième trimestre de 2015, 74,9% des ménages s’attendent à une hausse du nombre de chômeurs pour les 12 mois à venir contre 7,8% qui pensent le contraire. Avec un niveau négatif de -67,1 points, le solde de cet indicateur recule de 1,9 point par rapport au trimestre précédent et de 0,6 point par rapport au même trimestre de l’année précédente.

* **Réserves sur l’opportunité d’achat des biens durables**

56,2% des ménages marocains considèrent, au deuxième trimestre de 2015, que le moment n’est pas opportun pour faire des achats de biens durables alors que 20,2% pensent le contraire. Le solde relatif à cet indicateur s’établit à -36 points en amélioration d’un point par rapport au trimestre précédent et en dégradation de 7,1 points par rapport au même trimestre de l’année précédente.

**• Attente d’une amélioration des revenus**

Au deuxième trimestre de 2015, 57,8% des ménages considèrent que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 35,1% d’entre eux déclarent s’endetter ou puiser dans leur épargne et 7,1% affirment pouvoir épargner une partie de leur revenu. Le solde de l’indicateur relatif à la situation financière actuelle des ménages s’établit, ainsi, à un niveau négatif de -28,0 points, en amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent (+4,4 points) qu’au même trimestre de 2014 (+1,7 point).

Les perceptions des ménages sur l’évolution passée de leur situation financière personnelle ont connu une amélioration de 6,8 points par rapport au trimestre précédent et de 3,1 points par rapport au même trimestre de l’année 2014.

De même, les opinions des ménages sur l’évolution future de leur situation financière personnelle ont connu la même tendance avec une amélioration de 4,1 points par rapport au trimestre précédent et de 6,9 points par rapport à un an auparavant.

1. **Evolution d’autres indicateurs trimestriels de la perception de la conjoncture par les ménages**

En plus des sept indicateurs composant l’ICM, l’enquête fournit des données trimestrielles sur la perception des ménages relatives à d’autres aspects de leurs conditions de vie. Il s’agit en particulier de la capacité d’épargne et de l’évolution des prix des produits alimentaires.

**• Ménages moins pessimistes quant à leur capacité future d’épargner**

Au deuxième trimestre de 2015, 83,7% des ménages estiment ne pas pouvoir épargner au cours des 12 prochains mois contre 16,3% qui affirment le contraire. L’opinion des ménages sur leur capacité d’épargne s’améliore aussi bien par rapport au trimestre précédent qu’au même trimestre de l’année précédente: le solde correspondant gagne 2,4 points et 2,8 points durant ces deux périodes respectives.

**• Perspectives d’évolution des prix des produits alimentaires : attente d’une hausse moins prononcée**

Au deuxième trimestre de 2015, 86,1% des ménages estiment que les prix des produits alimentaires ont augmenté durant les 12 derniers mois, 13,1 % jugent qu’ils ont stagné et 0,8 % croient qu’ils ont baissé. Avec un niveau de -85,3 points, le solde de cet indicateur s’est amélioré de 1,9 point par rapport au trimestre précédent et s’est détérioré de 1,2 point par rapport au même trimestre de 2014.

S’agissant des perspectives d’évolution des prix des produits alimentaires, 77% des ménages pensent qu’ils continueront à augmenter dans le futur contre 21,6% qui prévoient leur stagnation et 1,4% leur baisse. Avec -75,6 points, le solde relatif aux perspectives d’évolution des prix gagne 1,6 point par rapport au trimestre précédent et 2,4 points par rapport au même trimestre de l’année passée.

Ci-joint les détails des différents indicateurs et un rappel des principaux concepts.

**Evolution de l’Indice de Confiance des Ménages (ICM) et de ses composantes**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicateur** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **T1/08** | **T2/08** | **T3/08** | **T4/08** | **T1/09** | **T2/09** | **T3/09** | **T4/09** | **T1/10** | **T2/10** | **T3/10** | **T4/10** | **T1/11** | **T2/11** | **T3/11** | **T4/11** | **T1/12** | **T2/12** | **T3/12** | **T4/12** | **T1/13** | **T2/13** | **T3/13** | **T4/13** | **T1/14** | **T2/14** | **T3/14** | **T4/14** |  **T1/15** |  **T2/15** |
| **Indice de Confiance des Ménages** | **85,9** | **77,7** | **75,6** | **80,1** | **76,9** | **77,6** | **79,1** | **79,5** | **80,1** | **78,8** | **78,6** | **74,7** | **78,4** | **85,8** | **86,5** | **84,5** | **82,9** | **80,7** | **77,6** | **78,4** | **75,8** | **74,3** | **75,4** | **74,2** | **74,1** | **74,0** | **73,1** | **71,6** | **73,7** | **76,1** |
| Perspectives d'évolution du nombre de chômeurs | -52,1 | -56,6 | -51,6 | -51,1 | -51 | -59,1 | -57,9 | -57,5 | -59,2 | -61,0 | -56,1 | -52,3 | -52,4 | -46,0 | -41,0 | -41,6 | -44,1 | -48,6 | -56,7 | -58,1 | -61,7 | -67,8 | -69,8 | -68,2 | -69,1 | -66,5 | -68,8 | -68,0 | -65,2 | -67,1 |
| Evolution passée du niveau de vie en général | -10,4 | -25,2 | -31,1 | -29,4 | -36,7 | -29,1 | -25,7 | -26,5 | -25,7 | -28,6 | -27,9 | -37,2 | -26,1 | -17,0 | -13,4 | -20,2 | -26,2 | -21,8 | -27,9 | -28,1 | -29,2 | -23,1 | -21,2 | -19,9 | -18,1 | -17,7 | -17,4 | -16,5 | -14,1 | -12,8 |
| Perspectives d'évolution du niveau de vie en général | 14,4 | -11,5 | -21,4 | -3,5 | -9,3 | -3,5 | 0,1 | 2,2 | 0,4 | 2,7 | 0,2 | -11,4 | -1,9 | 18,1 | 11,9 | 13,1 | 11,2 | 9,0 | -3,2 | -1,2 | -5,1 | -4,2 | -3,1 | -7,9 | -11,4 | -13,1 | -13,1 | -12,7 | -8,8 | -7,3 |
| Opportunité d'achat | -30,0 | -34,3 | -37,5 | -39,1 | -41,8 | -46,5 | -43,4 | -42,6 | -34,8 | -37,5 | -36 | -44,3 | -39,9 | -39,0 | -36,4 | -38,5 | -32,5 | -37,4 | -29,5 | -29,3 | -28,3 | -31,7 | -29,5 | -31,8 | -31,3 | -28,9 | -33,1 | -38,1 | -37 | -36,0 |
| Situation financière actuelle des ménages | -33,0 | -32,9 | -34,4 | -33,1 | -31,3 | -26,9 | -28,3 | -25,3 | -27,5 | -27,6 | -30 | -28,1 | -30,6 | -27,1 | -24,3 | -25,7 | -25,4 | -31 | -30,8 | -29,4 | -29,8 | -30,2 | -29,5 | -29,5 | -31,3 | -29,7 | -28,3 | -30,6 | -32,4 | -28,0 |
| Evolution passée de la situation financière des ménages | -11,8 | -11,4 | -11,7 | -9,5 | -18,4 | -13,4 | -8,3 | -11,0 | -10,0 | -7,9 | -7,5 | -12,8 | -10,5 | -8,9 | -6,4 | -9,8 | -14,1 | -16,6 | -16,7 | -15,7 | -19,6 | -23,8 | -21,9 | -21,9 | -21,3 | -23,3 | -25 ,8 | -29,2 | -27,0 | -20.2 |
| Evolution future de la situation financière des ménages | 23,9 | 15,6 | 16,6 | 26,7 | 26,8 | 22,0 | 17,5 | 17,1 | 17,8 | 11,8 | 7,8 | 9,4 | 10,2 | 20,4 | 15,1 | 14,0 | 11,2 | 11,1 | 7,7 | 10,6 | 4,5 | 0,7 | 2,8 | -1,7 | 1,2 | -2,7 | -1,5 | -3,9 | 0,1 | 4,2 |
| **Autres soldes** |
| Evolution future des prix des produits alimentaires | -74,1 | -77,7 | -78,9 | -49,7 | -34,9 | -33,5 | -50,9 | -47,9 | -46,5 | -56,8 | -62,2 | -70,2 | -73,4 | -58,8 | -72,6 | -73,0 | -69,8 | -71,5 | -73,6 | -70,0 | -76,1 | -73,4 | -76,0 | -76,0 | -77,6 | -78,0 | -76,9 | -77,2 | -77,2 | -75.6 |
| Evolution passée des prix des produits alimentaires | -93,6 | -95,9 | -98,0 | -96,2 | -94,0 | -87,2 | -85,7 | -83,3 | -79,5 | -87,8 | -89,7 | -90,9 | -95,5 | -87,2 | -89,9 | -92,5 | -91,6 | -91,1 | -91,7 | -90,6 | -91,6 | -89,0 | -90,5 | -90,8 | -89,4 | -84,1 | -81,8 | -84,5 | -87,2 | -85,3 |
| Capacité à épargner des ménages dans les mois à venir | -61,2 | -61,3 | -60,7 | -56,7 | -56,8 | -57,1 | -57,8 | -58,5 | -56,6 | -61,1 | -67,6 | -66,6 | -61,7 | -63,3 | -64,9 | -64,7 | -62,5 | -63,5 | -65,3 | -64,5 | -67,0 | -70,3 | -69,1 | -66,7 | -66,6 | -70,2 | -74 | -71,1 | -69,8 | -67,4 |

|  |
| --- |
|  Rappelons que :* les questions abordées sont qualitatives à 3 modalités (amélioration, stagnation, détérioration). Les évolutions se réfèrent à une période de 12 mois. Les résultats sont présentés sous forme de soldes (différence entre les pourcentages des réponses « amélioration » et des réponses «détérioration»). Le niveau des soldes n’est pas directement interprétable, c’est leur évolution qui est analysée.
* L’Indice de Confiance des Ménages (ICM) est calculé sur la base de sept indicateurs, quatre relatifs à la situation générale et trois à la situation propre du ménage :
* évolution passée du niveau de vie ;
* perspective d'évolution du niveau de vie ;
* perspective d'évolution du nombre de chômeurs ;
* opportunité d'achat de biens durables;
* situation financière actuelle des ménages ;
* évolution passée de la situation financière des ménages ;
* évolution future de la situation financière des ménages.
* L’ICM est la moyenne arithmétique simple des soldes des 7 indicateurs, augmentée de 100, sa valeur varie ainsi de 0 à 200.
* Des tests statistiques de Fisher sur la série de l’indice de confiance des ménages durant la période allant de 2008 à 2014, ont confirmé l’absence des variations saisonnières stables et mobiles.

Pour plus d’informations sur les aspects méthodologiques de cette enquête, consulter le site web du HCP au [www.hcp.ma](http://www.hcp.ma)  |