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

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

**deuxième trimestre 2014**

**Les résultats de l’enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent que l’Indice de Confiance des Ménages (ICM) aura enregistré, au cours du deuxième trimestre de 2014, une quasi stagnation par rapport au premier trimestre de 2014 et une baisse de 0,3 point par rapport à son niveau du deuxième trimestre de l’année 2013.**

C’est ainsi qu’au deuxième trimestre de 2014, l'ICM s’établit à 74 points, contre 74,1 points un trimestre auparavant et 74,3 points le même trimestre de l’année passée.

1. **Evolution des composantes de l'ICM**

Cette évolution de l’ICM est le résultat des variations de ses différentes composantes.

* **Niveau de vie : perspectives moins optimistes**

Les opinions des ménages sur l’évolution passée du niveau de vie ont connu, au deuxième trimestre de 2014, une amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent qu’au même trimestre de l’année 2013. Le solde relatif à cet indicateur, qui continue sa tendance haussière entamée depuis le premier trimestre de 2013, gagne 0,4 point et 5,4 points durant ces deux périodes respectives.

Inversement, les perceptions des ménages relatives à l’évolution future de niveau de vie se sont dégradées. Le solde synthétisant cet indicateur enregistre, en effet, une baisse de 1,7 point par rapport au trimestre précédent et de 8,9 points par rapport à la même période de 2013.

**• Chômage : anticipation d’une hausse moins prononcée**

Au deuxième trimestre de 2014, 75,2% des ménages anticipent une hausse du nombre de chômeurs pour les 12 mois à venir contre 77,4% un trimestre auparavant et 76,7% un an auparavant. Ainsi, le solde de cet indicateur qui s’établissait à un niveau négatif de -66,5 points enregistre une amélioration de 2,6 points par rapport au trimestre précédent et de 1,3 point par rapport à la même période de 2013.

* **Opinion des ménages toujours réservée, malgré son amélioration, sur l'opportunité d'achat de biens durables**

Près de 52% des ménages marocains considèrent, au deuxième trimestre de 2014, que le moment n’est pas opportun pour faire des achats de biens durables alors que 22,7% pensent le contraire. Avec -28,9 points, le solde relatif à cet indicateur enregistre une amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l’année précédente avec respectivement 2,4 points et 2,8 points.

**• Les ménages s’attendent à une évolution défavorable de leurs situations financières**

Près de 57% des ménages considèrent que leurs revenus couvrent leurs dépenses, alors que 36,4% d’entre eux déclarent s’endetter ou puiser pour cela dans leurs épargnes. Seuls 6,7% des ménages 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 -29,7 points, en amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent (+1,6 point) qu’au même trimestre de 2013 (+0,5 point).

Inversement à cette tendance, les perceptions des ménages sur l’évolution future de leur situation financière personnelle ont connu une détérioration de l’ordre de 3,9 points par rapport au trimestre précédent et de 3,4 points par rapport au deuxième trimestre de 2013.

Quant à l’évolution passée de leur situation financière personnelle, les opinions des ménages, au deuxième trimestre de 2014, se sont améliorées de 0,5 point par rapport à un an auparavant mais se sont détériorées de 2,0 points par rapport au trimestre précédent.

1. **Autres perceptions de la conjoncture**

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

**• Détérioration attendue de la capacité des ménages à épargner**

Les ménages sont toujours pessimistes quant à leurs capacités à épargner dans les mois à venir. Au deuxième trimestre de 2014, 85,1% des ménages pensent ne pas pouvoir épargner au cours des 12 prochains mois contre 14,9% qui pensent le contraire. Le solde de cet indicateur se situe, ainsi, à un niveau négatif de -70,2 points enregistrant une détérioration de 3,6 points par rapport au trimestre précédent et une quasi stagnation par rapport à la même période de 2013.

**• Les ménages continuent à s’attendre à une hausse des prix des produits alimentaires**

Au deuxième trimestre de 2014, près de 85,3% des ménages pensent que les prix des produits alimentaires ont augmenté dans le passé contre 90,5% un trimestre auparavant et 90% un an auparavant. Le solde de cet indicateur s’est amélioré de 5,3 points par rapport au trimestre précédent et de 4,8 points par rapport au même trimestre de 2013.

Quant aux perspectives d’évolution des prix des produits alimentaires, près de huit ménages sur dix (79,4%) pensent que ces prix continueront à augmenter dans le futur contre 78,6% au premier trimestre de 2014 et 75,3% au deuxième trimestre de 2013. Le solde relatif aux perspectives d’évolution de ces prix s’est détérioré de 0,4 point et de 4,6 points durant ces deux périodes respectives.

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** |
| **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** |
| **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** |
| 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 | -56,1 | -52,3 | -52,4 | -46 | -41 | -41,6 | -44,1 | -48,6 | -56,7 | -58,1 | -61,7 | -67,8 | -69,8 | -68,2 | -69,1 | -66,5 |
| 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 | -13,4 | -20,2 | -26,2 | -21,8 | -27,9 | -28,1 | -29,2 | -23,1 | -21,2 | -19,9 | -18,1 | -17,7 |
| 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 | -3,2 | -1,2 | -5,1 | -4,2 | -3,1 | -7,9 | -11,4 | -13,1 |
| Opportunité d'achat | -30 | -34,3 | -37,5 | -39,1 | -41,8 | -46,5 | -43,4 | -42,6 | -34,8 | -37,5 | -36 | -44,3 | -39,9 | -39 | -36,4 | -38,5 | -32,5 | -37,4 | -29,5 | -29,3 | -28,3 | -31,7 | -29,5 | -31,8 | -31,3 | -28,9 |
| Situation financière actuelle des ménages | -33 | -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 |
| Evolution passée de la situation financière des ménages | -11,8 | -11,4 | -11,7 | -9,5 | -18,4 | -13,4 | -8,3 | -11 | -10 | -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 |
| Evolution future de la situation financière des ménages | 23,9 | 15,6 | 16,6 | 26,7 | 26,8 | 22 | 17,5 | 17,1 | 17,8 | 11,8 | 7,8 | 9,4 | 10,2 | 20,4 | 15,1 | 14 | 11,2 | 11,1 | 7,7 | 10,6 | 4,5 | 0,7 | 2,8 | -1,7 | 1,2 | -2,7 |
| **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 | -69,8 | -71,5 | -73,6 | -70 | -76,1 | -73,4 | -76,0 | -76,0 | -77,6 | -78,0 |
| Evolution passée des prix des produits alimentaires | -93,6 | -95,9 | -98 | -96,2 | -94 | -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 |
| 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 |

|  |
| --- |
|  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)  |