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

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

**Deuxième trimestre de l’année2021**

**Les résultats de l’enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent, globalement, que la confiance des ménages s’est dégradée au deuxième trimestre de 2021.**

L'indice de confiance des ménages (ICM) s’est ainsi établi à 63,0 points, au lieu de 68,3 points enregistrés le trimestre précédent et 65,6 points une année auparavant.

**Graphique 1 : Evolution de l'indice de confiance des ménages**

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

Les composantes de l’ICM portent sur la perception par les ménages de l’évolution du niveau de vie, du chômage, de l’opportunité à effectuer des achats de biens durables et de leur situation financière.

* **Perspectives d’une amélioration des niveaux de vie des ménages**

Au deuxième trimestre de 2021, 65,6% des ménages déclarent une dégradation du niveau de vie au cours des 12 derniers mois, 19,6% un maintien au même niveau et 14,8% une amélioration. Le solde d’opinion sur l’évolution passée du niveau de vie est resté négatif, à moins 50,8 points, contre moins 50,5 points au trimestre précédent et moins 24,8 points au même trimestre de l’année passée.

Au cours des 12 prochains mois, 29,6% des ménages s’attendent à une dégradation du niveau de vie, 40,6% à un maintien au même niveau et 29,8% à une amélioration. Le solde d’opinion relatif à cet indicateur s’établit à 0,2 points enregistrant ainsi une dégradation par rapport au trimestre précédent et une amélioration par rapport au même trimestre de l’année précédente où il était à 13,2 points et à moins 11,4 points respectivement.

**Graphique 2 : Perception par les ménages de l'évolution passée et future du niveau de vie (soldes d'opinions)**

**Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages**

* **Evolution du chômage : opinions toujours pessimiste**

Au deuxième trimestre de 2021, 80,0% contre 10,2% des ménages s’attendent à une hausse du chômage au cours des 12 prochains mois. Le solde d’opinion est resté ainsi négatif à moins 69,8 points contre moins 62,2 points un trimestre auparavant et moins 75,2 points un an auparavant.

**Graphique 3 : Perception par les ménages de l'évolution du nombre de chômeurs (soldes d'opinions)**

**Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages**

* **Une conjoncture perçue comme peu favorable à l’achat des biens durables**

Au deuxième trimestre de 2021, 74,6% contre 9,0% des ménages considèrent que le moment n’est pas opportun pour effectuer des achats de biens durables. Le solde d’opinion de cet indicateur est resté négatif avec moins 65,6 enregistrant une dégradation par rapport au trimestre précédent où il s’est établit à moins 61,6 et une amélioration par rapport au même trimestre de l’année précédente se situant à moins 68,0.

**Graphique 4 : Perception par les ménages de l'opportunité d'achat des biens durables (soldes d'opinions)**

**Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages**

* **Situation financière des ménages : sentiment d’une détérioration et attente d’une amélioration**

Au deuxième trimestre de 2021, 54,6% des ménages estiment que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 41,7% déclarent s’endetter ou puiser dans leur épargne et 3,7% affirment épargner une partie de leur revenu. Le solde d’opinion relatif à la situation financière actuelle des ménages est resté ainsi négatif, à moins 38,0 points contre moins 34,4 points le trimestre précédent et moins 30,0 points une année auparavant.

Quant à l’évolution de leur situation financière au cours des 12 derniers mois, 55,5% contre 5,5% des ménages considèrent qu’elle s’est dégradée. Cette perception reste ainsi négative, avec un solde d’opinion de moins 50,0 points contre moins 47,4 points au trimestre précèdent et moins 27,0 points au même trimestre de l’année précédente.

S’agissant de l’évolution de leur situation financière au cours des 12 prochains mois, 30,3% contre 15,5% des ménages s’attendent à une amélioration de leur situation financière. Le solde d’opinion de cet indicateur s’est ainsi établit à 14,8 points contre 21,2 points un trimestre auparavant et moins 4,6 points un an auparavant.

**Graphique 5 : Perception par les ménages de leurs situations financières (soldes d'opinions)**

**Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages**

1. **Evolution d’autres indicateurs trimestriels de la conjoncture**

L’enquête fournit également des données trimestrielles sur la perception des ménages relatives à d’autres aspects des conditions de vie. Il s’agit en particulier de la capacité des ménages à épargner et de l’évolution des prix des produits alimentaires.

* **Perception moins pessimiste de la capacité future des ménages à épargner**

Au deuxième trimestre de 2021, 16,4% contre 83,6% des ménages s’attendent à épargner au cours des 12 prochains mois. Le solde d’opinion relatif à cet indicateur est resté négatif, à moins 67,2 points au lieu de moins 60,8 points au trimestre précédent et moins 70,4 le même trimestre de l’année passée.

* **Augmentation attendue des prix des produits alimentaires**

Au deuxième trimestre de 2021, 87,1% des ménages déclarent que les prix des produits alimentaires ont augmenté au cours des 12 derniers mois contre une proportion minime des ménages (0,3%) qui ressentent leur diminution. Le solde d’opinion de cet indicateur continue sa tendance baissière avec moins 86,8 points, après avoir été de moins 74,0 points le trimestre précédent et de moins 67,6 points une année auparavant.

Au cours des 12 prochains mois, les prix des produits alimentaires devraient continuer à augmenter selon 70,6% des ménages contre 2,9% seulement qui s’attendent à leur baisse. Le solde d’opinion est ainsi resté négatif, se situant à moins 67,6 points, au lieu de moins 60,2 points enregistrés un trimestre auparavant et moins 69,0 points une année passée.

**Graphique 6 : Perception par les ménages des évolutions passées et futures des prix des produits alimentaires (soldes d'opinions)**

**Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages**

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

|  |
| --- |
| Les évolutions des composantes de l’ICM et des autres indicateurs de l’enquête, illustrées dans les graphiques, sont exprimées en termes de soldes d'opinions Rappelons, par ailleurs, que :* les questions abordées sont qualitatives à 3 modalités (amélioration, stagnation et 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 2018, 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) |

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

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **T1/15** | **T2/15** | **T3/15** | **T4/15** | **T1/16** | **T2/16** | **T3/16** | **T4/16** | **T1/17** | **T2/17** | **T3/17** | **T4/17** | **T1/18** | **T2/18** | **T3/18** | **T4/18** | **T1/19** | **T2/19** | **T3/19** | **T4/19** | **T1/20** | **T2/20** | **T3/20** | **T4/20** | **T1/21** | **T2/21** |
| **Indice de Confiance des Ménages** | **73,7** | **76,1** | **76,3** | **77,1** | **71,6** | **75,7** | **73,8** | **73,5** | **78,2** | **85,8** | **85,5** | **85,9** | **87,3** | **87,3** | **82,5** | **79,8** | **79,1** | **74,9** | **74,8** | **77,8** | **75,7** | **65,6** | **60 ,6** | **61,2** | **68,3** | **63,0** |
| Perspective d'évolution du nombre de chômeur | -65,2 | -67,1 | -66,2 | -64,1 | -67,7 | -69,0 | -70,6 | -66,8 | -64,9 | -54,3 | -59,9 | -58,5 | -54,5 | -61,7 | -65,2 | -70,0 | -75,6 | -76,9 | -71,8 | -71,6 | -70,8 | -75,2 | -82,0 | -78,3 | -62,2 | -69,8 |
| Evolution passée du niveau de vie | -14,1 | -12,8 | -15,1 | -13,8 | -22,9 | -15,2 | -17,4 | -17,5 | -12,0 | -8,2 | -3,1 | -3,8 | -6,2 | -5,4 | -9,5 | -13,3 | -15,0 | -25,4 | -20,2 | -20,0 | -19,8 | -24,8 | -35,6 | -46,6 | -50,5 | -50,8 |
| Perspective d'évolution du niveau de vie | -8,9 | -7,3 | -7,7 | -8,1 | -14,2 | -7,6 | -7,1 | -2,4 | 5,7 | 11,1 | 10,5 | 11,5 | 16,6 | 15,0 | 11,9 | 9,0 | 10,0 | 4,7 | -3,7 | -2,2 | -4,6 | -11,4 | -17,4 | -17,4 | 13,2 | 0,2 |
| Opportunité d'achat | -37,0 | -36,0 | -34,2 | -37,5 | -40,2 | -34,8 | -40,5 | -43,0 | -40,0 | -28,2 | -31,5 | -25,6 | -27,2 | -25,8 | -30,2 | -36,7 | -36,3 | -41,4 | -37,7 | -29,2 | -32,6 | -68,0 | -63,5 | -61,2 | -61,6 | -65,6 |
| Situation financière actuelle des ménages | -32,4 | -28,0 | -25,1 | -25,7 | -27,2 | -23,0 | -25,8 | -28,7 | -27,8 | -25,3 | -22,6 | -24,4 | -25,2 | -24,1 | -29,7 | -28,4 | -28,9 | -30,8 | -29,5 | -26,4 | -27,7 | -30,0 | -31,5 | -29,1 | -34,4 | -38,0 |
| Evolution passée de la situation financière des ménages | -27,0 | -20,2 | -20,8 | -18,5 | -27,4 | -22,8 | -27,0 | -33,3 | -26,8 | -16,6 | -14,5 | -16,7 | -18,1 | -15,2 | -18,2 | -20,7 | -21,2 | -24,2 | -26,0 | -22,1 | -22,9 | -27,0 | -34,0 | -39,9 | -47,4 | -50,0 |
| Evolution future de la situation financière des ménages | 0,1 | 4,2 | 3,3 | 7,6 | 1,2 | 2,3 | 5,0 | 6,5 | 13,4 | 22,1 | 19,6 | 19,2 | 25,9 | 28,1 | 18,2 | 19,1 | 20,7 | 18,3 | 12,8 | 15,9 | 8,5 | -4,6 | -11,9 | 0,6 | 21,2 | 14,8 |
| **Autres soldes** |  |  |  |
| Evolution future des prix des produits alimentaires | -77,2 | -75,6 | -75,3 | -75,2 | -79,3 | -77,3 | -77,9 | -77,3 | -77,7 | -74,5 | -74,0 | -79,6 | -82,9 | -84,0 | -82,1 | -86,6 | -87,5 | -86,5 | -83,3 | -82,2 | -82,6 | -69,0 | -68,1 | -64,6 | -60,2 | -67,6 |
| Evolution passée des prix des produits alimentaires | -87,2 | -85,3 | -84,3 | -85,4 | -85,5 | -87,9 | -87,7 | -87,3 | -86,8 | -86,4 | -82,8 | -88,5 | -86,7 | -88,2 | -88,1 | -90,3 | -88,1 | -88,9 | -83,7 | -85,1 | -82,8 | -67,6 | -75,1 | -74,7 | -74,0 | -86,8 |
| Capacité à épargner des ménages dans les mois à venir | -69,8 | -67,4 | -70,6 | -69,2 | -69,7 | -66,5 | -67,9 | -68,7 | -64,1 | -59,1 | -55,7 | -58,6 | -54,5 | -57,9 | -64,6 | -63,0 | -63,0 | -66,6 | -64,4 | -64,6 | -65,8 | -70,4 | -75,1 | -65,8 | -60,8 | -67,2 |