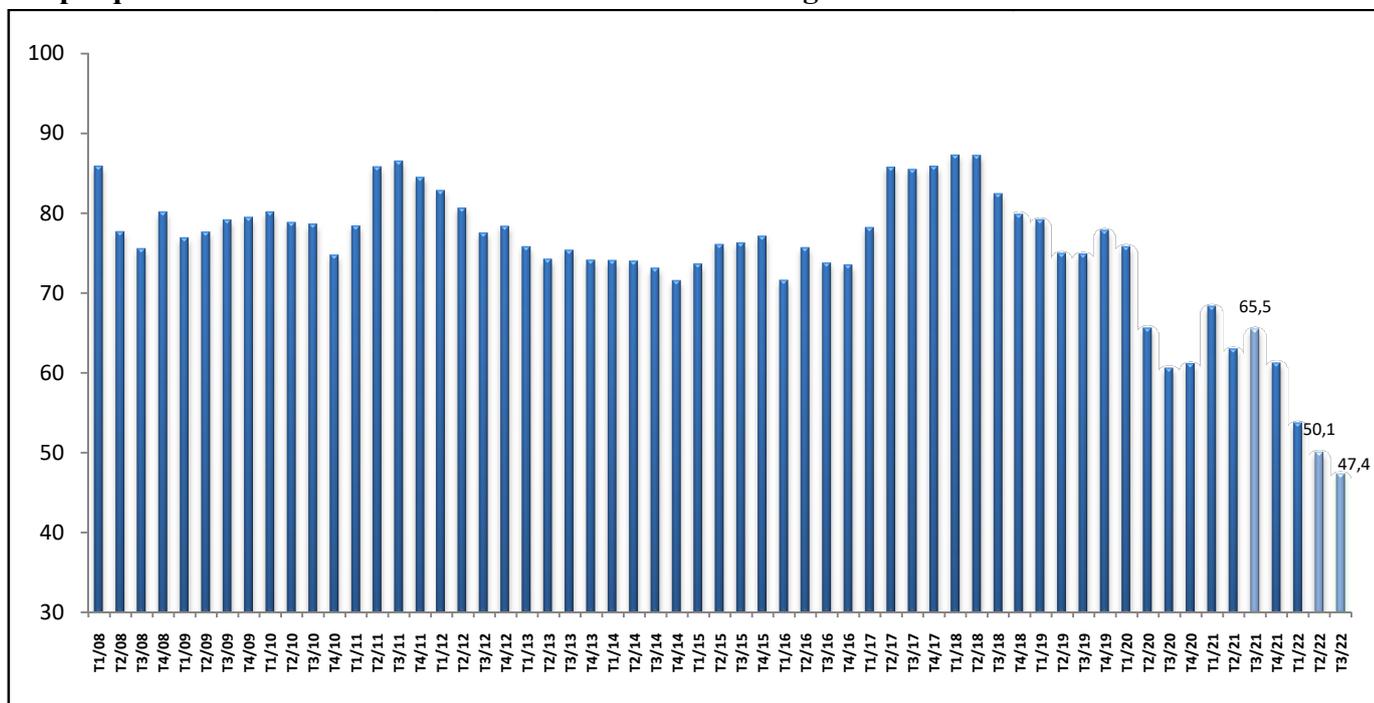


Note d'information du Haut-commissariat au Plan
Résultats de l'enquête de conjoncture auprès des ménages
Troisième trimestre de l'année 2022

Les résultats de l'enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent qu'au troisième trimestre de 2022, le moral des Marocains continue sa tendance baissière pour atteindre son niveau le plus bas depuis le début de l'enquête en 2008.

L'indice de confiance des ménages (ICM) s'établit à 47,4 points au lieu de 50,1 points enregistrés le trimestre précédent et 65,5 points une année auparavant. Le recul du niveau de confiance des ménages au cours de ce trimestre procède de la détérioration de tous les indicateurs qui le composent, et ce, autant par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l'année passée.

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



Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

1. Evolution des composantes de l'ICM

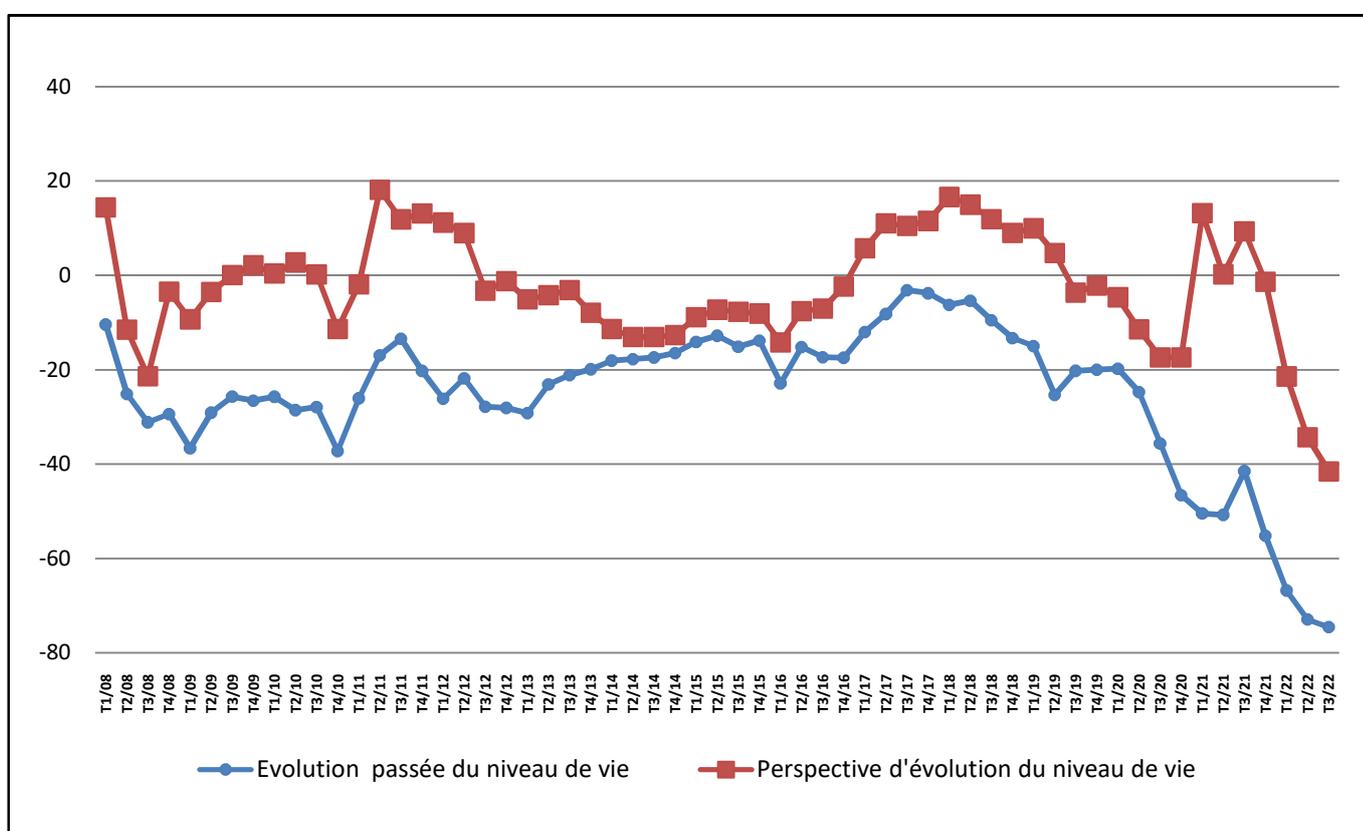
Les composantes de l'ICM portent sur la perception par les ménages de l'évolution du niveau de vie, du chômage, de l'opportunité à effectuer des achats de biens durables et de leur situation financière.

- **Ressenti par les ménages d'une forte détérioration des niveaux de vie**

Au troisième trimestre de 2022, 81,5% des ménages déclarent une dégradation du niveau de vie au cours des 12 derniers mois, 11,6% un maintien au même niveau et 6,9% une amélioration. Le solde d'opinion sur l'évolution passée du niveau de vie est resté négatif, à moins 74,6 points, contre moins 73,0 points au trimestre précédent et moins 41,5 points au même trimestre de l'année passée.

Au cours des 12 prochains mois, 49,8% des ménages s'attendent à une dégradation du niveau de vie, 41,9% à un maintien au même niveau et 8,3% à une amélioration. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 41,5 points enregistrant ainsi une dégradation aussi bien par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l'année précédente où il était à moins 34,3 point et à 9,3 points respectivement.

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

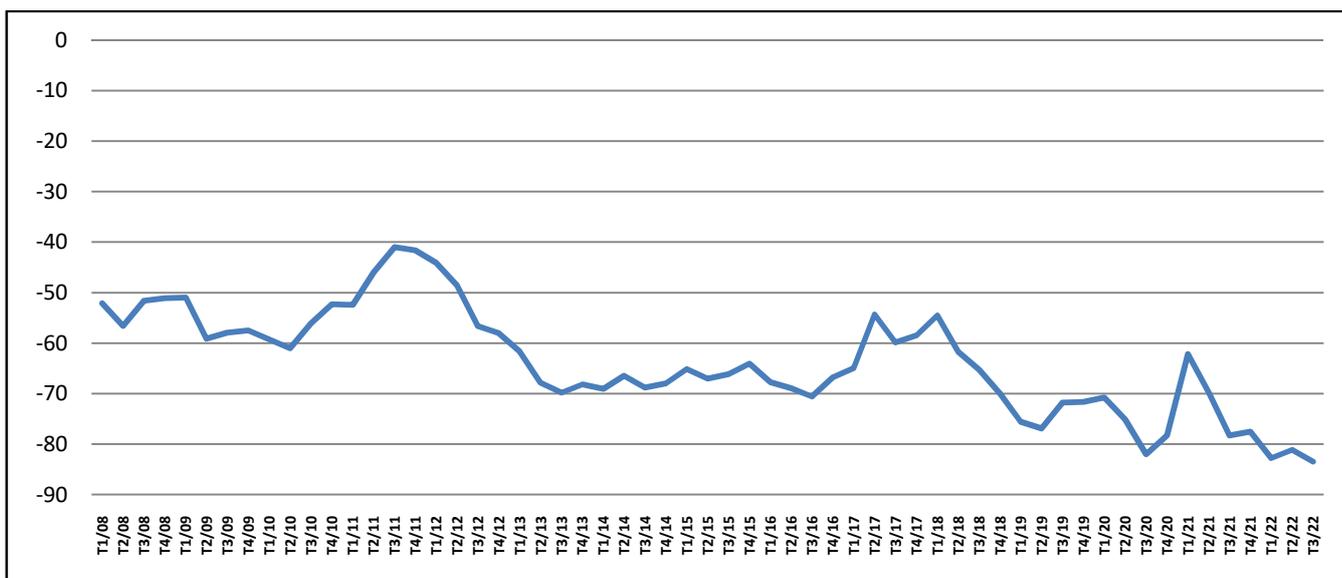


Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

- **Attente d'une forte hausse du chômage**

Au troisième trimestre de 2022, la proportion des ménages qui s'attendent à une hausse du chômage au cours des 12 prochains mois atteint 87,5% contre 4,0% qui s'attendent à une baisse. Le solde d'opinion est resté ainsi négatif à moins 83,5 points, enregistrant son niveau le plus bas depuis le début de l'enquête en 2008, contre moins 81,1 points un trimestre auparavant et moins 78,3 points un an auparavant.

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

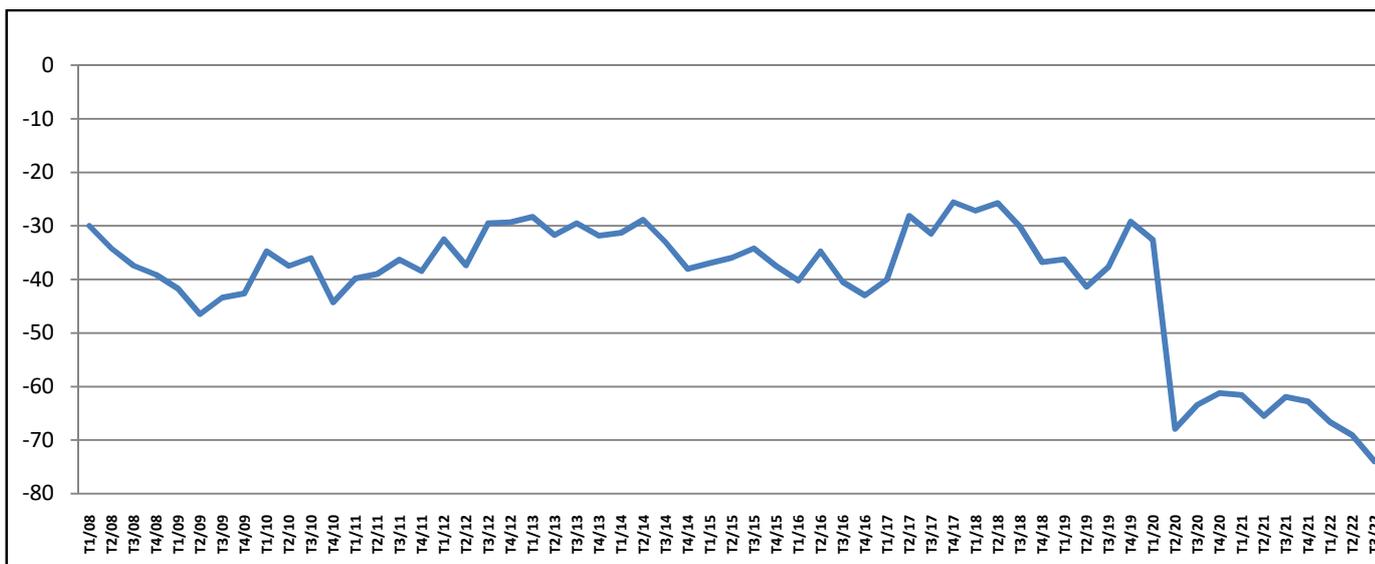


Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

- **Une conjoncture perçue comme défavorable à l'achat des biens durables**

Au troisième trimestre de 2022, 82,1% contre 8,1% 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 74,0 points enregistrant une détérioration aussi bien par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l'année passée où il s'est établi à moins 69,1 points et à moins 62,0 points respectivement.

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

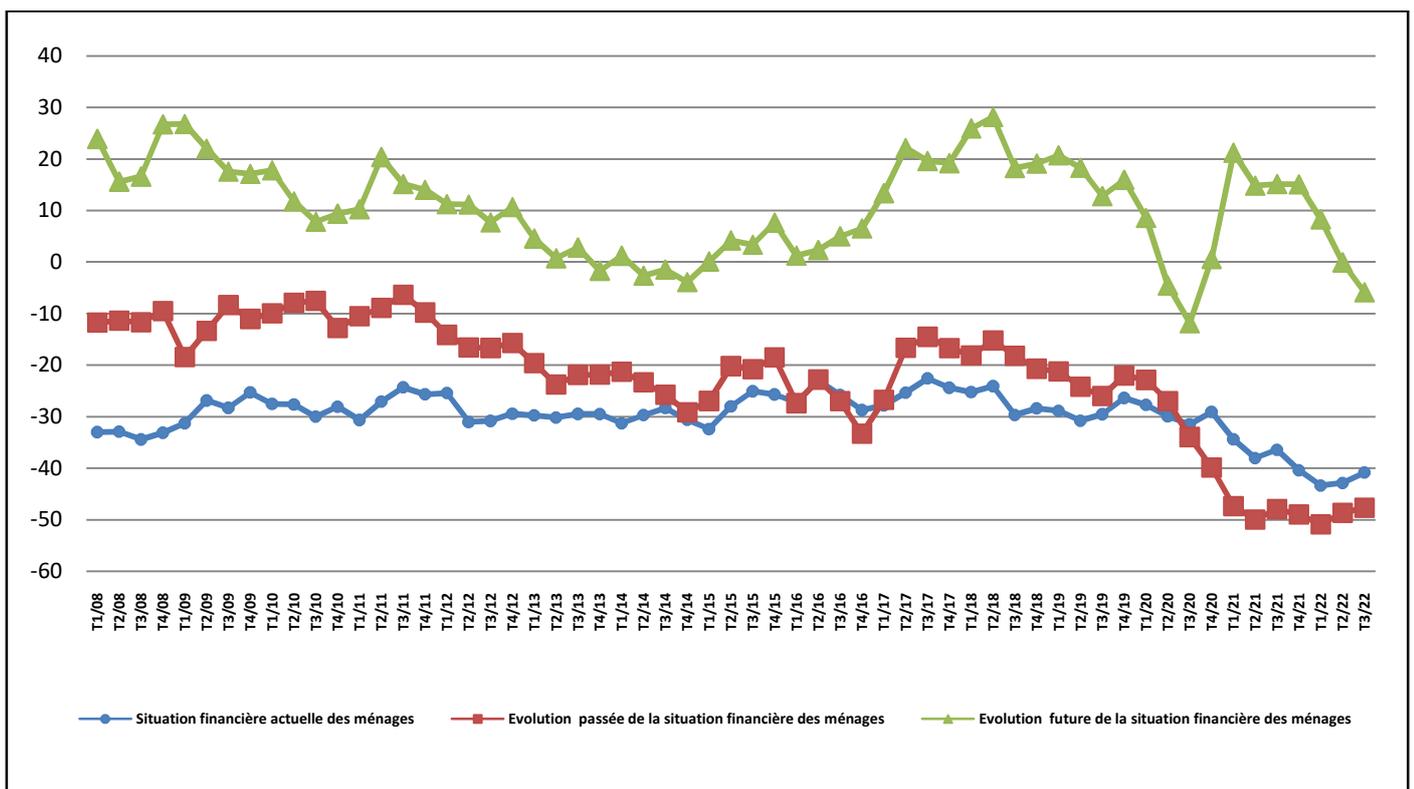
- **Une situation financière perçue en constante détérioration**

Au troisième trimestre de 2022, 53,5% des ménages estiment que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 43,7% déclarent s'endetter ou puiser dans leur épargne et 2,8% 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 40,9 points contre moins 42,8 points le trimestre précédent et moins 36,4 points une année auparavant.

Quant à l'évolution de leur situation financière au cours des 12 derniers mois, 52,9% contre 5,2% des ménages considèrent qu'elle s'est dégradée. Cette perception reste ainsi négative, avec un solde d'opinion de moins 47,7 points contre moins 48,7 points au trimestre précédent et moins 48,0 points au même trimestre de l'année passée.

S'agissant de l'évolution de leur situation financière au cours des 12 prochains mois, 16,5% contre 22,4% des ménages s'attendent à une amélioration de leur situation financière. Le solde d'opinion de cet indicateur s'est ainsi établi à moins 5,9 points contre moins 0,1 points au trimestre précédent et 15,1 points au même trimestre de l'année précédente.

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



Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

2. 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 plus pessimiste de la capacité future des ménages à épargner**

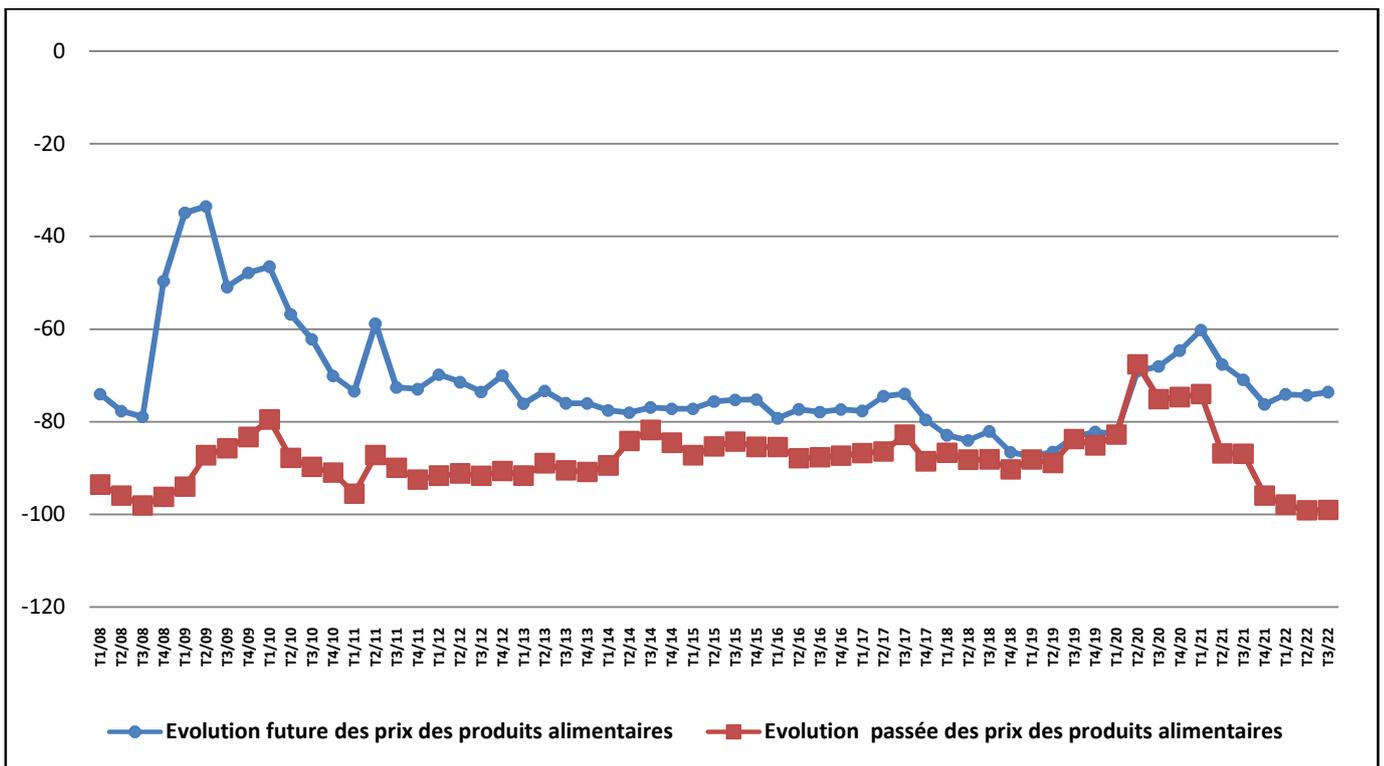
Au troisième trimestre de 2022, 11,0% contre 89,0% des ménages s’attendent à épargner au cours des 12 prochains mois. Le solde d’opinion relatif à cet indicateur est resté négatif, à moins 78,0 points au lieu de moins 77,3 points au trimestre précédent et moins 70,4 points le même trimestre de l’année passée.

- **Ressenti de l’augmentation des prix des produits alimentaires par la totalité des ménages**

Au troisième trimestre de 2022, 99,1% des ménages déclarent que les prix des produits alimentaires ont augmenté au cours des 12 derniers mois. Le solde d’opinion de cet indicateur s’établi à moins 99,1 points en stagnation par rapport au trimestre précédent (moins 99,1 points) et en nette dégradation par rapport au même trimestre de l’année précédente (moins 86,9 points).

Au cours des 12 prochains mois, les prix des produits alimentaires devraient continuer à augmenter selon 76,4% des ménages contre 2,8% seulement qui s’attendent à leur baisse. Le solde d’opinion est ainsi resté négatif, se situant à moins 73,6 points, au lieu de moins 74,3 points enregistrés un trimestre auparavant et moins 70,9 points une année passée.

Graphique 6: Perception par les ménages des évolutions passée et future 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

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

	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	T3/21	T4/21	T1/22	T2/22	T3/22
Indice de Confiance des Ménages	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	65,5	61,2	53,7	50,1	47,4
Perspective d'évolution du nombre de chômeur	-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	-78,3	-77,6	-82,8	-81,1	-83,5
Evolution passée du niveau de vie	-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	-41,5	-55,2	-66,8	-73,0	-74,6
Perspective d'évolution du niveau de vie	-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	9,3	-1,4	-21,4	-34,3	-41,5
Opportunité d'achat	-40,2	-34,8	-40,5	-43,0	-40,0	-28,2	-31,5	-25,6	-27,2	-25,8	-30,2	-36,8	-36,3	-41,4	-37,7	-29,2	-32,6	-68,0	-63,5	-61,2	-61,6	-65,6	-62,0	-62,8	-66,7	-69,1	-74,0
Situation financière actuelle des ménages	-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	-36,4	-40,4	-43,4	-42,8	-40,9
Evolution passée de la situation financière des ménages	-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	-48,0	-49,0	-50,9	-48,7	-47,7
Evolution future de la situation financière des ménages	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	15,1	15,1	8,3	-0,1	-5,9
Autres soldes																											
Evolution future des prix des produits alimentaires	-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	-70,9	-76,3	-74,1	-74,3	-73,6
Evolution passée des prix des produits alimentaires	-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	-86,9	-95,9	-97,9	-99,1	-99,1
Capacité à épargner des ménages dans les mois à venir	-69,7	-66,5	-67,9	-68,7	-64,1	-59,1	-55,7	-58,6	-54,5	-57,9	-64,6	-63,0	-62,9	-66,6	-64,4	-64,5	-65,8	-70,4	-75,1	-65,8	-60,8	-67,2	-70,4	-69,5	-72,2	-77,3	-78,0

Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages