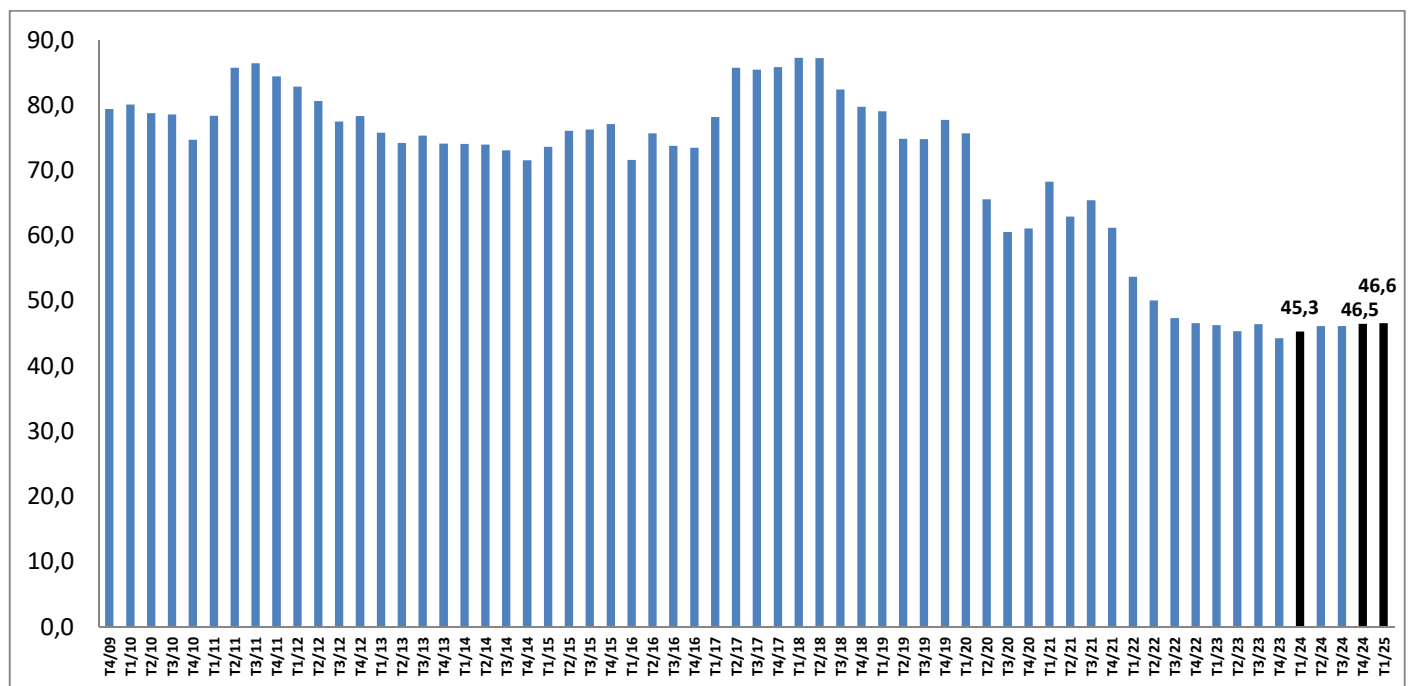


**Note d'information du Haut-commissariat au Plan**  
**Résultats de l'enquête de conjoncture auprès des ménages**  
**Premier trimestre de l'année 2025**

**Les résultats de l'enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent qu'au premier trimestre de 2025, le moral des ménages s'est légèrement amélioré aussi bien par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l'année 2024.**

L'indice de confiance des ménages (ICM) s'est ainsi établi à 46,6 points, au lieu de 46,5 points enregistrés le trimestre précédent et 45,3 points une année auparavant.

**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

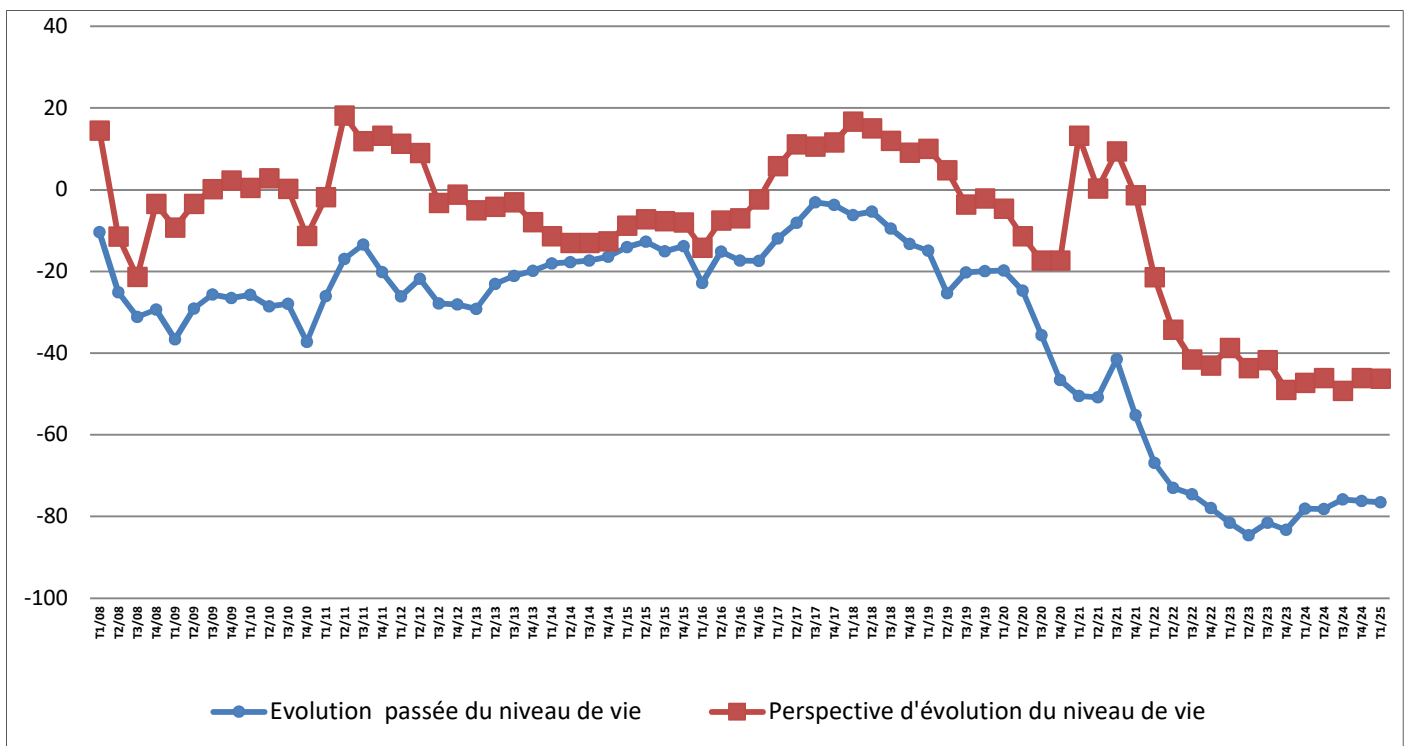
Les composantes de l'ICM portent sur la perception par les ménages de l'évolution du niveau de vie, du chômage, de l'opportunité à effectuer des achats de biens durables et de leur situation financière.

- **Sentiment d'une dégradation du niveau de vie selon les perceptions des ménages**

Au premier trimestre de 2025, 80,9% des ménages déclarent une dégradation du niveau de vie au cours des 12 derniers mois, 14,7% un maintien au même niveau et 4,4% une amélioration. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 76,5 points, contre moins 76,2 points au trimestre précédent et moins 78,1 points au même trimestre de l'année passée.

Au cours des 12 prochains mois, 53,0% des ménages s'attendent à une dégradation du niveau de vie, 40,3% à un maintien au même niveau et 6,7% à une amélioration. Le solde d'opinion sur l'évolution future du niveau de vie est resté négatif à moins 46,3 points, contre moins 46,1 points au trimestre précédent et moins 47,3 points au même trimestre de l'année passée.

**Graphique 2 : Evolution du niveau de vie selon les perceptions des ménages (soldes d'opinions)**



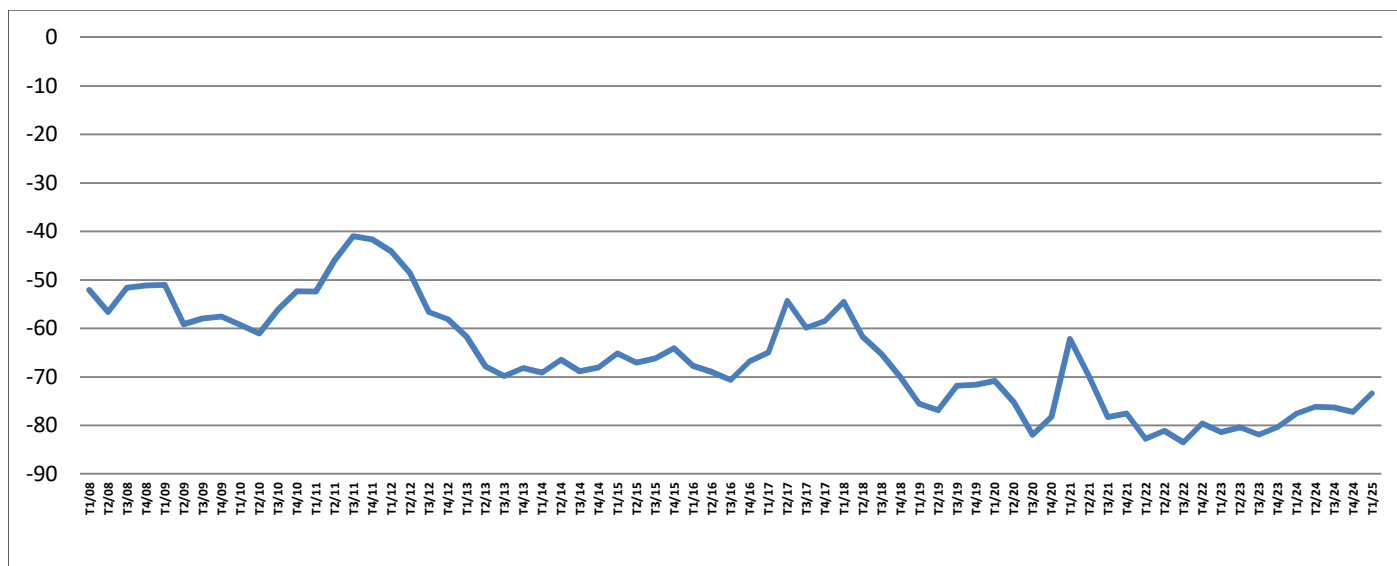
Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

- **Evolution du chômage : perceptions moins négatives**

Au premier trimestre de 2025, 80,6% des ménages s'attendent à une hausse du chômage au cours des 12 prochains mois, contre 7,2% qui anticipent une baisse et 12,2% une stagnation.

Le solde d'opinion relatif à cet indicateur est resté ainsi négatif à moins 73,4 points, contre moins 77,2 points au trimestre précédent et moins 77,5 points au même trimestre de l'année passée.

**Graphique 3 : Evolution du nombre de chômeurs selon les perceptions des ménages (soldes d'opinions)**

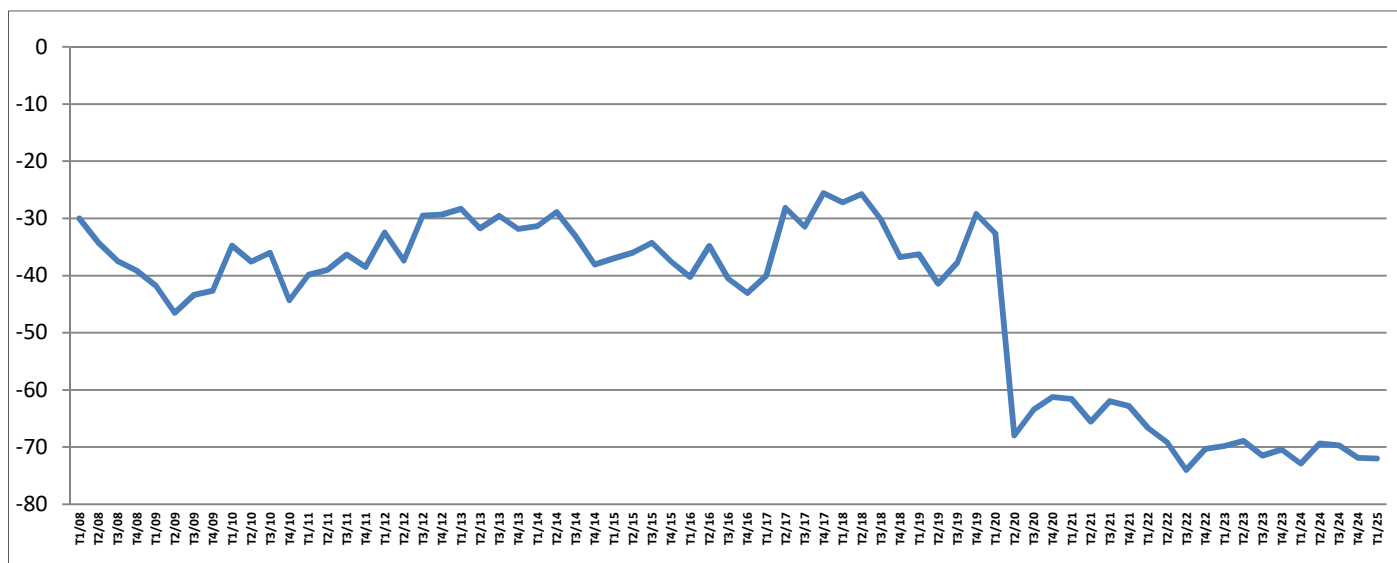


Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

- **Une conjoncture peu favorable à l'achat des biens durables**

Au premier trimestre de 2025, 80,1% des ménages considèrent que le moment n'est pas opportun pour effectuer des achats de biens durables, contre 8,1% qui pensent le contraire. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 72,0 points, contre moins 71,9 points au trimestre précédent et moins 72,9 points au même trimestre de l'année passée.

**Graphique 4 : Opportunité d'achat des biens durables selon les perceptions des ménages (soldes d'opinions)**



Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

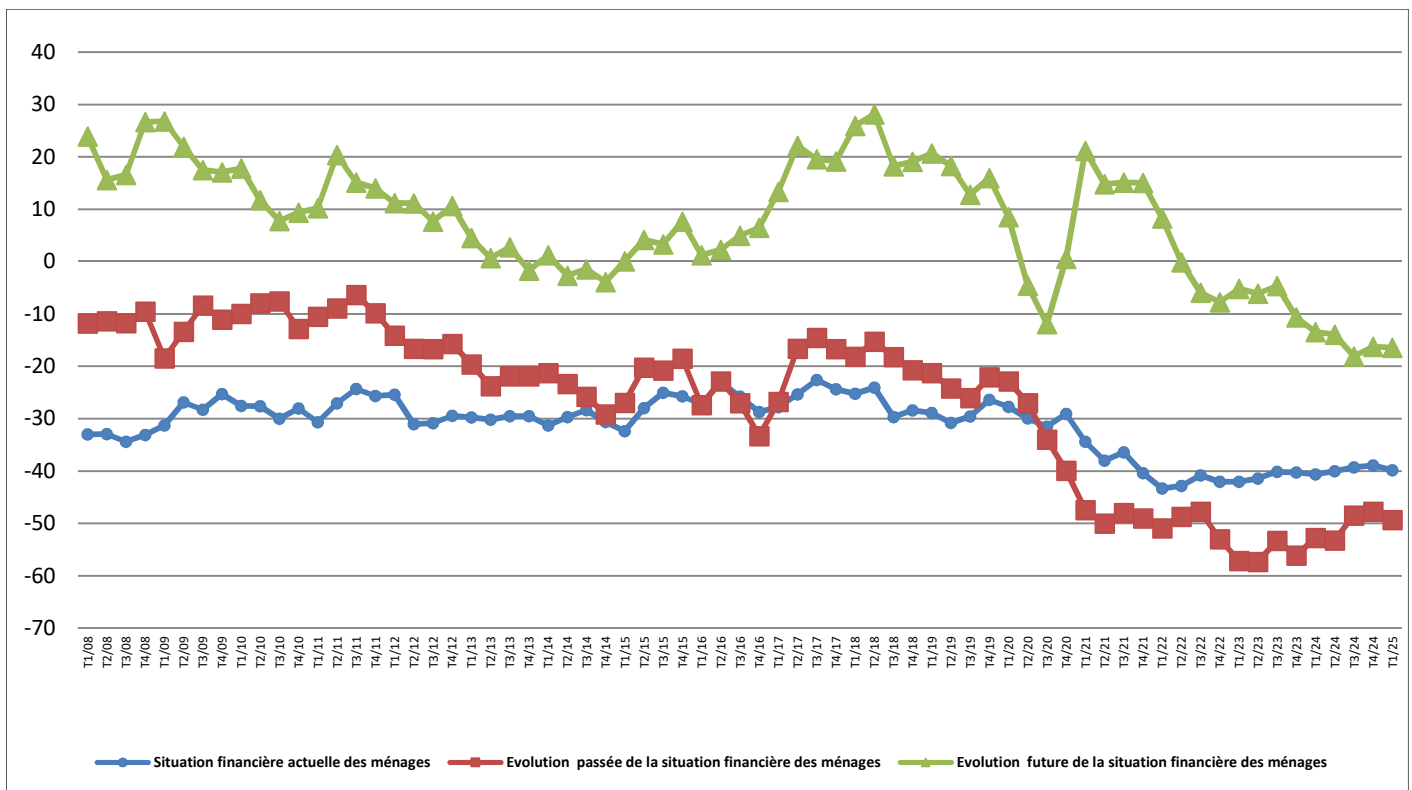
- **Perception par les ménages d'une détérioration de leur situation financière**

Au premier trimestre de 2025, 55,8% des ménages estiment que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 42,0% déclarent s'endetter ou puiser dans leur épargne et 2,2% 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 39,8 points, contre moins 38,9 points un trimestre auparavant et moins 40,6 points une année auparavant.

Quant à l'évolution de leur situation financière au cours des 12 derniers mois, 53,3% contre 4,0% des ménages considèrent qu'elle s'est dégradée. Cette perception reste ainsi négative, avec un solde d'opinion de moins 49,3 points, contre moins 47,7 points au trimestre précédent et moins 52,7 points au même trimestre de l'année passée.

S'agissant de l'évolution, au cours des 12 prochains mois, de leur situation financière, 14,6% des ménages s'attendent à son amélioration, contre 31,0% qui prévoient sa dégradation et 54,4% un maintien au même niveau. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 16,4 points, contre moins 16,3 points au trimestre précédent et moins 13,4 points au même trimestre de l'année passée.

**Graphique 5 : Perception par les ménages de l'évolution 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.

- **Capacité future à épargner : perceptions toujours pessimistes**

Au premier trimestre de 2025, 11,2% des ménages contre 88,8% s'attendent à épargner au cours des 12 prochains mois. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 77,6 points, contre moins 77,8 points au trimestre précédent et moins 81,5 points au même trimestre de l'année passée.

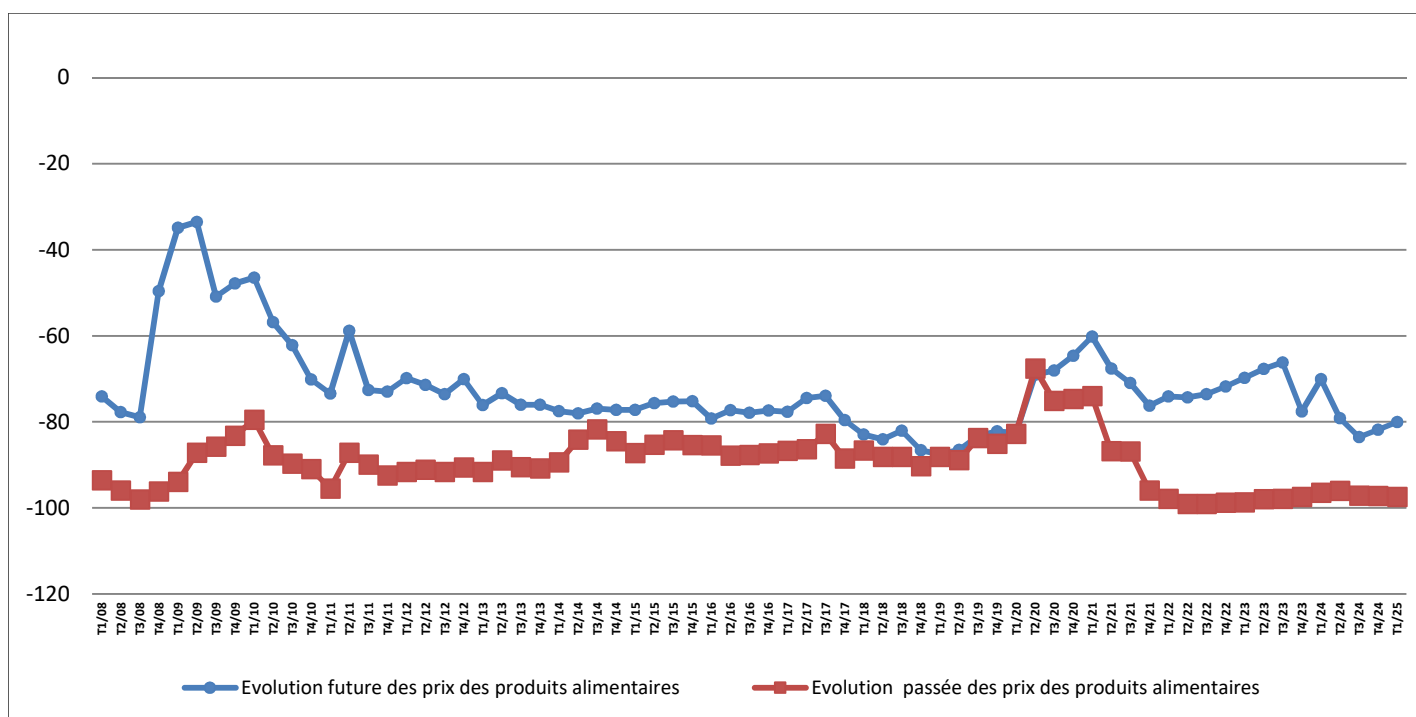
- **Ressenti unanime d'une augmentation des prix des produits alimentaires**

Au premier trimestre de 2025, 97,6% des ménages déclarent que les prix des produits alimentaires ont augmenté au cours des 12 derniers mois, Le solde d'opinion relatif à cet indicateur est ainsi resté négatif, à moins 97,4 points, contre moins 97,2 points au trimestre précédent et moins 96,5 points au même trimestre de l'année passée.

Au cours des 12 prochains mois, les prix des produits alimentaires devraient continuer à augmenter selon 81,6% des ménages, contre 1,6% seulement qui s'attendent à leur baisse.

Le solde d'opinion est ainsi resté négatif, se situant à moins 80,0 points, contre moins 81,8 points enregistrés un trimestre auparavant et moins 70,1 points une année auparavant.

**Graphique 6 : Evolution des prix des produits alimentaires selon les perceptions des ménages (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 2019, 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

	T1/18	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	T4/22	T1/23	T2/23	T3/23	T4/23	T1/24	T2/24	T3/24	T4/24	T1/25		
<b>Indice de Confiance des Ménages</b>	<b>87,3</b>	<b>87,3</b>	<b>82,5</b>	<b>79,8</b>	<b>79,1</b>	<b>74,9</b>	<b>74,8</b>	<b>77,8</b>	<b>75,7</b>	<b>65,6</b>	<b>60,6</b>	<b>61,2</b>	<b>68,3</b>	<b>63</b>	<b>65,5</b>	<b>61,2</b>	<b>53,7</b>	<b>50,1</b>	<b>47,4</b>	<b>46,6</b>	<b>46,3</b>	<b>45,4</b>	<b>46,5</b>	<b>44,3</b>	<b>45,3</b>	<b>46,1</b>	<b>46,2</b>	<b>46,5</b>	<b>46,6</b>		
<b>Perspective d'évolution du nombre de chômeur</b>	-54,5	-61,7	-65,2	-70	-75,6	-76,9	-71,8	-71,6	-70,8	-75,2	-82	-78,3	-62,2	-69,8	-78,3	-77,6	-82,8	-81,1	-83,5	-79,6	-81,4	-80,4	-81,9	-80,3	-77,5	-76,2	-76,3	-77,2	-73,4		
<b>Evolution passée du niveau de vie</b>	-6,2	-5,4	-9,5	-13,3	-15	-25,4	-20,2	-20	-19,8	-24,8	-35,6	-46,6	-50,5	-50,8	-41,5	-55,2	-66,8	-73	-74,6	-78	-81,5	-84,6	-81,5	-83,2	-78,1	-78,2	-75,8	-76,2	-76,5		
<b>Perspective d'évolution du niveau de vie</b>	16,6	15	11,9	9	10	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	-41,6	-43	-38,8	-43,7	-41,7	-49	-47,3	-46,1	-49,3	-46,1	-46,3		
<b>Opportunité d'achat</b>	-27,2	-25,8	-30,2	-36,8	-36,3	-41,4	-37,7	-29,2	-32,6	-68	-63,5	-61,2	-61,6	-65,6	-62	-62,8	-66,7	-69,1	-74	-70,3	-69,8	-68,9	-71,5	-70,4	-72,9	-69,4	-69,7	-71,9	-72,0		
<b>Situation financière actuelle des ménages</b>	-25,2	-24,1	-29,7	-28,4	-28,9	-30,8	-29,5	-26,4	-27,7	-30	-31,5	-29,1	-34,4	-38	-36,4	-40,4	-43,4	-42,9	-40,9	-42,1	-42	-41,4	-40,2	-40,3	-40,6	-40	-39,3	-38,9	-39,8		
<b>Evolution passée de la situation financière des ménages</b>	-18,1	-15,2	-18,2	-20,7	-21,2	-24,2	-26	-22,1	-22,9	-27	-34	-39,9	-47,4	-50	-48	-49	-50,9	-48,7	-47,7	-53	-57,2	-57,3	-53,3	-56,1	-52,7	-53,2	-48,4	-47,7	-49,3		
<b>Evolution future de la situation financière des ménages</b>	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	-7,7	-5,2	-6,1	-4,6	-10,6	-13,4	-13,9	-18,1	-16,3	-16,4		
<b>Autres soldes</b>																															
<b>Evolution future des prix des produits alimentaires</b>	-82,9	-84	-82,1	-86,6	-87,5	-86,5	-83,3	-82,2	-82,6	-69	-68,1	-64,6	-60,2	-67,6	-70,9	-76,3	-74,1	-74,3	-73,6	-71,8	-69,8	-67,7	-66,2	-77,6	-70,1	-79,1	-83,5	-81,8	-80,0		
<b>Evolution passée des prix des produits alimentaires</b>	-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	-86,8	-86,9	-95,9	-97,9	-99,1	-99,1	-98,8	-98,7	-98	-97,9	-97,4	-96,5	-96	-97,2	-97,2	-97,4		
<b>Capacité à épargner des ménages dans les mois à venir</b>	-54,5	-57,9	-64,6	-63	-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	-77,7	-76,1	-79,4	-80,4	-80,7	-81,5	-80,4	-78,2	-77,8	-77,6		

Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages