



Pouvoir et intention d'achat des ménages Une approche catégorielle à travers les statistiques conventionnelles et les Big Data

Mohamed Assouli, Adil Ez-zetouni, Hicham El Marizghi & Khalid Souidi -HCP-

Le pouvoir d'achat mesure la capacité des consommateurs à acheter des biens et services en fonction de leur revenu et du niveau général des prix sur le marché. Son évolution, d'une année à l'autre, correspond à la différence entre l'évolution du revenu des ménages et l'évolution des prix ¹.

L'appréciation statistique de cette grandeur macroéconomique repose sur l'hypothèse que les consommateurs adoptent des comportements homogènes et partagent les mêmes préférences. Cette hypothèse présente une limite majeure, laquelle nécessite l'estimation du pouvoir d'achat en fonction des catégories de ménages. Le pouvoir d'achat catégoriel vise, ainsi, à prendre en considération les inégalités du revenu et la diversité de la structure de consommation des ménages, aspects qui échappent à la portée des agrégats macroéconomiques.

La mesure du pouvoir d'achat catégoriel repose sur une approche mixte, à la fois microéconomique et macroéconomique. Elle intègre les avantages des enquêtes portant sur le niveau de vie des ménages, menées en 2014 et 2019, mettant en exergue notamment la distribution sociale des revenus, avec les données de la comptabilité nationale qui fournissent l'évolution du revenu disponible brut des ménages. Afin d'aboutir à une estimation du pouvoir d'achat par habitant, les indicateurs provenant à la fois des enquêtes et de la comptabilité nationale ont été normalisés en prenant en compte la taille de chaque ménage.

Cette approche statistique conventionnelle a été complétée par la conception d'un Indice Web basé sur les intentions d'achat des internautes marocains sur la période 2018-2022. Étant donné que la réalisation de ces intentions est directement liée au pouvoir d'achat effectif des ménages, cet indice peut contribuer à étoffer les conclusions de l'analyse objective du pouvoir d'achat catégoriel qui repose sur les grandeurs et les données conventionnelles de la comptabilité nationale et des enquêtes sur le niveau de vie des ménages. Pour ce faire, les internautes ont été classés en trois catégories sociales distinctes : les moins aisés, la catégorie intermédiaire et les plus aisés.

Erosion nette du pouvoir d'achat par habitant durant la période 2020-2022

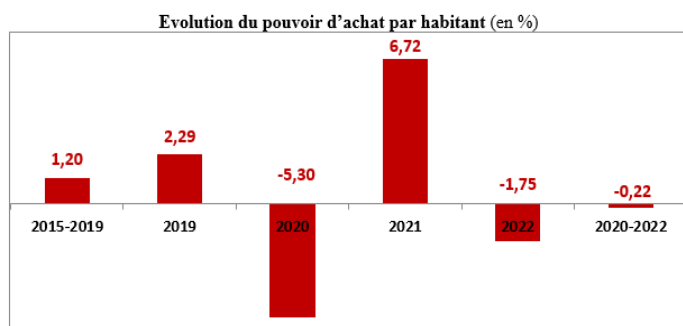
Pendant la période allant de 2020 à 2022, le Maroc, à l'instar de nombreux autres pays à travers le monde, a été confronté à une série d'événements majeurs ayant eu un impact néfaste sur son économie nationale sur son économie nationale et le

¹Lorsque le pouvoir d'achat augmente, suite à une hausse des revenus supérieure à celle des prix, les consommateurs peuvent acheter davantage de biens et de services. En revanche, une diminution du pouvoir d'achat indique que les consommateurs peuvent acheter moins de biens et de services avec leur revenu, ce qui peut résulter d'une augmentation des prix supérieure à celle du revenu.

pouvoir d'achat des ménages². Cette conjonction d'événements a eu pour conséquence une érosion nette du pouvoir d'achat par habitant, avec une baisse annuelle moyenne de 0,22 %.

En revanche, la période précédente 2015-2019 a été caractérisée par une dynamique positive du pouvoir d'achat des ménages marocains, avec une augmentation annuelle moyenne de 1,2%. Cette évolution, bien qu'elle reste modérée, avait été clairement pro-pauvres, grâce notamment à l'amélioration du niveau de vie de la population modeste et à une stabilité des prix (HCP, 2021).

Cette évolution contrastée est incontestablement imputable à une inflation en forte hausse (6,92 %).

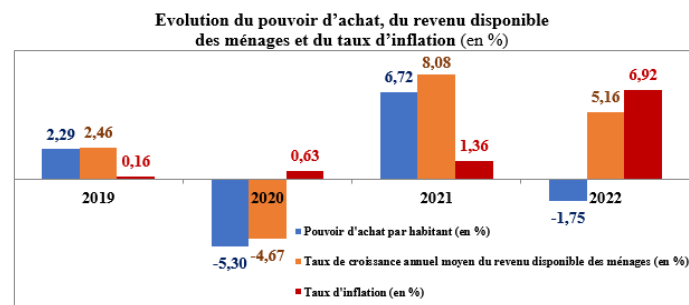


Source : HCP, l'enquête nationale sur les sources du revenu (ENSR) 2019, l'enquête nationale sur la consommation et les dépenses des ménages (ENCDM) 2014, les IPC 2018-2022 et les agrégats de la comptabilité nationale (CN) 2018-2022

En règle générale, en période de conjoncture économique non inflationniste, le pouvoir d'achat des ménages tend à suivre une trajectoire similaire à celle de la croissance de leur revenu disponible. Ainsi, en 2019, avec une augmentation annuelle moyenne du revenu disponible de 2,46% et une inflation relativement modérée, se situant à 0,16%, le pouvoir d'achat des ménages a enregistré une progression notable de 2,29%. En d'autres termes, le revenu disponible augmenté a surpassé l'impact limité de l'inflation, créant ainsi un environnement propice à l'accroissement du pouvoir d'achat.

Cependant, dans un contexte marqué par une forte inflation, la dynamique du pouvoir d'achat des ménages diverge considérablement de celle de leurs revenus. L'année 2022 illustre clairement cette désynchronisation entre la croissance des revenus et le pouvoir d'achat.

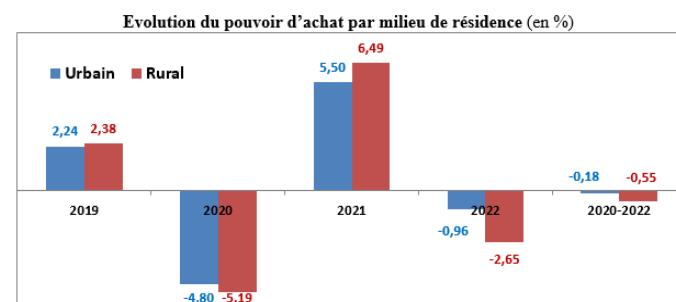
En dépit d'une progression positive du revenu de 5,16 % au cours de cette année, le pouvoir d'achat des ménages a subi une nette régression de 1,75 %.



Source : HCP, ENSR 2019, ENCDM 2014, les IPC 2018-2022 et les agrégats de la CN 2018-2022

Un pouvoir d'achat nettement différencié entre les villes et la campagne

En 2022, le pouvoir d'achat a connu un recul dans les deux milieux de résidence, même si la baisse était moins prononcée qu'en 2020. Dans les villes, le pouvoir d'achat a enregistré une diminution de -0,96%, tandis qu'à la campagne la baisse a été plus marquée, s'établissant à -2,65%. Cette régression accentuée en milieu rural est principalement attribuable à l'impact de l'inflation. L'analyse de la période 2020-2022 révèle une tendance à la baisse du pouvoir d'achat dans les deux milieux de résidence, bien que cette dynamique ne soit pas uniforme d'une année à l'autre. De plus, la différence de pouvoir d'achat entre ces deux milieux est principalement imputable à l'inflation. En effet, bien que le taux de croissance annuelle moyenne du revenu par habitant soit presque similaire dans les zones urbaines (2,5%) et rurales (2,7%), l'inflation a été plus marquée en milieu rural (3,2%) qu'en milieu urbain (2,7%). Par conséquent, le pouvoir d'achat des ménages ruraux a enregistré un recul annuel moyen de 0,55%, tandis que celui des ménages citadins a connu une diminution de -0,18%. Cette différence souligne l'impact significatif de l'inflation sur le pouvoir d'achat des ménages résidant en milieu rural, mettant ainsi en évidence les difficultés économiques auxquelles ils ont été confrontés au cours de cette période.



Source : HCP, ENSR 2019, ENCDM 2014, les IPC 2018-2022 et les agrégats de la CN 2018-2022

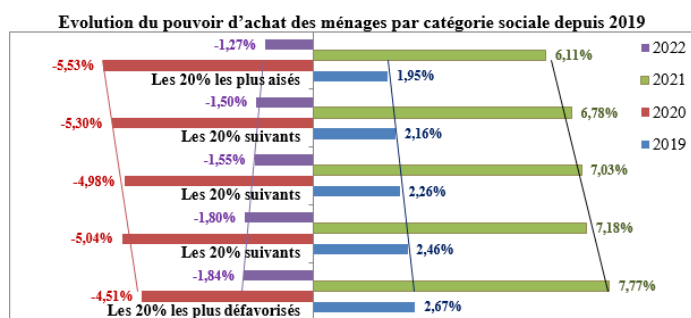
²La crise sanitaire de la COVID-19, avec les mesures de confinement qui en ont résulté, a entraîné la fermeture d'un grand nombre d'entreprises, la suspension de l'activité économique et la perte d'emplois pour de nombreux concitoyens. Ces impacts ont directement affecté leur capacité à dépenser et à maintenir leur niveau de vie d'avant la survenue de cette crise (HCP, 2020). Ensuite, depuis 2022, une pression inflationniste accrue est venue aggraver cette situation. L'augmentation des prix des biens et des services consommés par les ménages a exercé une pression supplémentaire sur leurs budgets, réduisant ainsi leur pouvoir d'achat. Cette inflation a touché diverses catégories sociales, particulièrement la population modeste (HCP, 2022).

Les Brefs du Plan

Dans un contexte de reprise économique, les ménages modestes bénéficient relativement davantage de l'augmentation du pouvoir d'achat, mais sont également plus durement touchés dans un contexte de choc économique.

La différenciation de l'évolution du pouvoir d'achat entre les catégories sociales, établies selon l'échelle du niveau de vie³, permet de mieux appréhender l'ampleur des inégalités économiques, résultant à la fois de la distribution sociale du revenu et des effets des chocs inflationnistes. Comme restitué dans le graphique ci-dessous, l'évolution du pouvoir d'achat par catégorie sociale révèle des tendances significatives. En 2019, toutes les catégories sociales ont enregistré une hausse du pouvoir d'achat par rapport à l'année précédente. Cependant, force est de constater que les 20% les plus défavorisés ont connu la plus forte augmentation, avec une croissance de 2,7%. Cette tendance témoigne d'une croissance pro-pauvres où les ménages modestes ont relativement le plus bénéficié de l'augmentation du pouvoir d'achat. Cette dynamique est à même de réduire les inégalités économiques puisqu'elle contribue à réduire l'écart relatif entre les différentes catégories de la population en termes de pouvoir d'achat.

En revanche, en 2020, la tendance s'inverse pour toutes les catégories sociales. La pandémie COVID-19 et les mesures de confinement qui l'ont accompagnée ont eu un impact économique sévère, entraînant une baisse importante du pouvoir d'achat pour toutes les catégories. Les 20% les plus défavorisés et le deuxième quintile (représentant les 20 % suivants), soit au total la population modeste, ont subi une baisse du pouvoir d'achat respectivement de -4,5% et -5,0%.

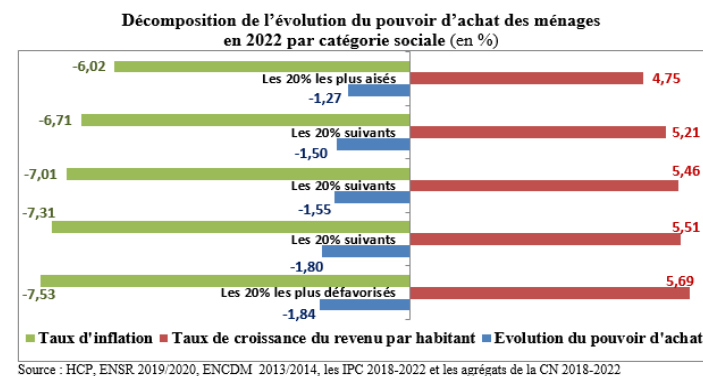


Cette baisse s'avère inférieure à celle observée parmi les 20% les aisés, -5,53%, en raison éventuellement des aides publiques octroyées par l'Etat marocain aux travailleurs vulnérables ayant perdu leur emploi pendant le confinement sanitaire.

En 2021, une reprise du pouvoir d'achat est observée pour l'ensemble des catégories sociales. Les taux de croissance du pouvoir d'achat sont positifs, avec une augmentation plus marquée pour les 20% les plus défavorisés, atteignant 7,8%, par rapport à 6,1% pour les 20% les plus aisés. Cependant, il convient de souligner que cette amélioration doit être interprétée avec prudence. Une partie de cette reprise du pouvoir d'achat est due à une base de comparaison peu favorable en 2020, année marquée par les pertes de revenus provoquées par la crise sanitaire.

Après cette embellie économique, la tendance est à nouveau à la baisse en 2022 pour toutes les catégories sociales, bien que de manière moins prononcée qu'en 2020. Les 20% les plus défavorisés et les 20% suivants enregistrent à nouveau les baisses les plus importantes, de -1,83% et -1,80% respectivement, par rapport à une baisse de -1,27% pour les 20% les plus aisés. A cet égard, les catégories sociales modestes ont connu la plus forte baisse du pouvoir d'achat, tandis que les catégories plus aisées ont été moins touchées, ce qui aurait pu contribuer à creuser les inégalités économiques au cours de cette période.

Cette contraction du pouvoir d'achat est principalement attribuable à l'impact de l'inflation, qui a dépassé le taux de croissance du revenu par habitant pour toutes les catégories sociales. En effet, le taux d'inflation a atteint 7,5% pour les 20% les plus défavorisés et 7,3% pour les 20% suivants, comparé à un taux d'inflation de 6% pour les 20% les plus aisés.



³ Les catégories sociales sont déterminées par les quintiles de niveau de vie, lorsque l'on ordonne les ménages selon les valeurs de la dépense annuelle moyenne par personne (DAMP). Ils consistent à diviser la population en cinq catégories sociales de même fréquence suivant les valeurs croissantes de la DAMP : le quintile inférieur comprend le cinquième de la population en bas de l'échelle des dépenses (c'est-à-dire les 20 % de la population ayant les dépenses les plus faibles « les 20% les plus défavorisés»), le deuxième quintile représente les 20 % suivants (de 20 % à 40 %), le troisième les 20% suivants (de 40% à 60%), le quatrième les 20% suivants (de 60% à 80%) et le quintile supérieur représente les 20 % de la population ayant le niveau de vie le plus élevé « les 20% les plus aisés ».

Les écarts relevés dans les taux d'inflation entre les différentes catégories sociales auraient accentué les inégalités économiques, puisque les ménages à revenu modeste ont dû faire face à une augmentation des prix à la consommation plus importante que celle de leurs revenus, ce qui a eu pour conséquence une réduction significative de leur pouvoir d'achat.

Pouvoir d'achat des salariés et des indépendants : évolution contrastée et impact différencié

Le suivi du pouvoir d'achat des salariés et des indépendants, sur une période de quatre ans (2019-2022), montre que ces deux groupes ont connu une augmentation quasi identique de leur pouvoir d'achat en 2019, atteignant près de 2,3%. Cette hausse est principalement attribuable à l'effet revenu, avec une augmentation annuelle de 2,4% pour les salariés et de 2,35% pour les indépendants. En ce qui concerne l'effet prix, il a eu un impact relativement modeste pour les salariés, avec un taux d'inflation de 0,11%, et pratiquement nul (0,06%) pour les indépendants. Cependant, en 2020, une chute significative du pouvoir d'achat a frappé les deux groupes, principalement en raison de l'impact négatif de la pandémie COVID-19 sur les revenus. La fermeture d'entreprises et les mesures de confinement ont entraîné une baisse généralisée des revenus pour un large segment de travailleurs dans le secteur privé, qu'ils soient salariés ou indépendants. Dans ce contexte, les salariés ont particulièrement été touchés par cette perte de pouvoir d'achat, enregistrant une baisse de -3,32%, tandis que les indépendants ont subi une réduction légèrement moins prononcée de -3,04%.

il est important de noter que cette amélioration relève en partie d'une base de comparaison se référant à un contexte économique morose en 2020, en raison des pertes de revenus causées par la crise sanitaire.

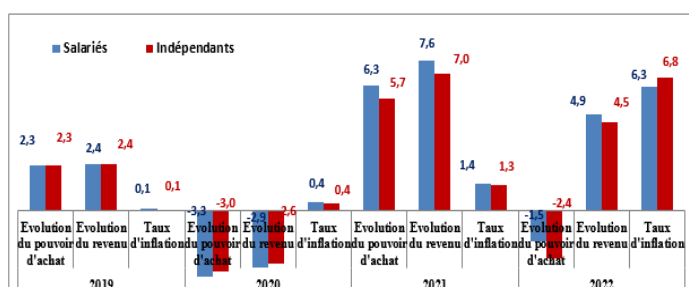
Le choc inflationniste de l'année 2022 s'est à nouveau traduit par une tendance à la baisse du pouvoir d'achat pour les deux groupes, avec une diminution de -1,54% pour les salariés et de -2,43% pour les indépendants. Cette réduction est principalement imputable à l'effet prix, avec un taux d'inflation de 6,76% pour ces derniers, par rapport à un taux de 6,32% pour les salariés. Dans ce contexte de forte inflation, l'effet revenu était toujours en faveur des salariés (+4,87%), comparé à un effet revenu de +4,5% pour les indépendants. Ces chiffres montrent les difficultés accrues auxquelles sont confrontés les travailleurs indépendants en période d'inflation élevée.

Indice Web d'intention d'achat des ménages : une forte concordance avec l'indice du pouvoir d'achat catégoriel

Dans le contexte actuel, marqué par une incertitude sans précédent due aux impacts négatifs de la pandémie COVID-19 et de l'inflation, de nouvelles sources de données Big Data⁴ spécifiquement dédiées à ces phénomènes ont émergé. L'exploitation statistique de ces données, soutenue par le développement des algorithmes de l'intelligence artificielle, pourrait être envisagée comme un complément intéressant aux sources de données statistiques conventionnelles⁵.

Dans ce contexte, cette section offre un aperçu sur l'évolution du pouvoir d'achat des ménages en se référant à un indice web basé sur les intentions d'achat des internautes marocains, en exploitant les données Big Data de Google Trends sur la période 2018-2022.

Evolution du pouvoir d'achat par statut professionnel du chef de ménage (en %)



Source : HCP, ENSR 2019/2020, ENCDM 2013/2014, les IPC 2018-2022 et les agrégats de la CN 2018-2022

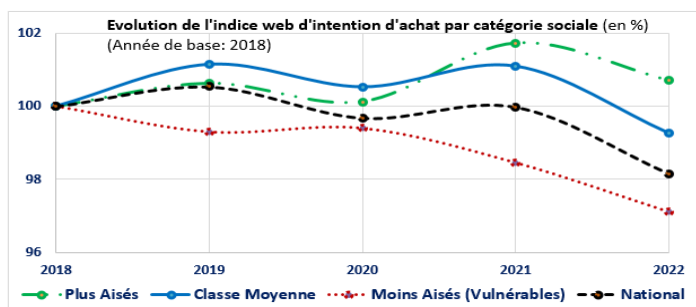
En 2021, une reprise significative du pouvoir d'achat est constatée pour les deux groupes, avec une augmentation importante de l'effet revenu. C'est ainsi que les revenus ont augmenté à un rythme plus élevé que l'inflation, ce qui a profité à la fois aux salariés et aux indépendants. Les salariés ont enregistré une hausse importante de leur pouvoir d'achat, avec une croissance de 6,34%, par rapport à une hausse également notable de 5,72% pour les indépendants. Bien que cette amélioration du pouvoir d'achat s'avère attribuable aux mesures de relance économique

⁴Les données web, souvent associées au Big Data, jouent un rôle crucial dans le paysage numérique actuel. Ces données proviennent de diverses sources en ligne, notamment les sites web, les blogs, les médias sociaux, les moteurs de recherche et bien d'autres. En effet, l'ampleur des données traitées par les moteurs de recherche, tels que Google, est immense, compte tenu du volume de requêtes qu'ils traitent quotidiennement à travers le monde. A cet effet, Google Trend est une solution de Google qui résume les volumes de recherches effectuées sur le web, c'est un outil de plus en plus sollicité pour comprendre les tendances de recherche en ligne. Ces données, bien qu'elles soient différentes des données économiques conventionnelles, offrent une nouvelle fenêtre pour s'enquérir notamment sur les préoccupations et les intérêts du public à un moment donné. En particulier, l'évolution des requêtes de recherche, formulées par les internautes, révèle des informations sur l'évolution du vouloir d'achat « Intention d'achat » et d'autres aspects socio-économiques.

⁵Cette approche permettrait d'effectuer des analyses, en temps réel et à moindre coût, plus approfondies des comportements, des attitudes, des intentions, des préférences et des réactions des citoyens face aux enjeux qui les préoccupent, notamment en période de crise

Comparé à l'année de référence 2018, l'indice web d'intention d'achat en 2019 a affiché une croissance positive de +0,51% au niveau national. Pour les deux catégories sociales intermédiaires et aisées, cet indice a progressé respectivement de +1,15% et +0,63%. Cette amélioration pourrait, en partie, être attribuée à la maîtrise de l'inflation en 2019. Cependant, pour la catégorie des moins aisés, l'indice a enregistré un recul de -0,70%, signalant une légère diminution du vouloir d'achat en raison éventuellement de leur plus grande vulnérabilité face aux fluctuations économiques.

Entre 2019 et 2020, en raison de la crise sanitaire et en particulier des conséquences du confinement, l'indice d'intention d'achat au niveau national a enregistré une baisse de -0,62% au niveau national. Cette tendance a touché à peu près de la même manière les plus aisés et la catégorie intermédiaire, avec des baisses d'indice respectivement de -0,61% et -0,50%. Cependant, pour les moins aisés, l'indice a connu une amélioration de +0,10%. Cette amélioration aurait été difficilement réalisable sans les aides directes sous forme de transferts financiers accordées aux ménages nécessiteux par l'État pendant les mois de la crise sanitaire afin de préserver leur pouvoir d'achat.



Source : Big Data du Google Trends 2018-2022

En 2021, l'indice web pour les plus aisés a enregistré une augmentation significative de +1,60% par rapport à 2020, suggérant que cette catégorie sociale a été la plus favorisée par la reprise économique post-pandémie COVID-19, dépassant même son niveau de 2018. Parallèlement, pour la catégorie intermédiaire, l'indice a également progressé, mais à un rythme moins soutenu, augmentant d'environ +0,57%, ce qui dépasse légèrement la moyenne de l'indice à l'échelle nationale (+0,41%). En revanche, pour les moins aisés, qui sont plus vulnérables, l'intention d'achat a baissé de -0,95% entre 2020 et 2021. Cette diminution pourrait être attribuée à l'arrêt des transferts sociaux de l'État pendant la période du confinement sanitaire.

Evolution de l'indice web sur l'intention d'achat par catégorie sociale

| Année | Moins Aisés (Vulnérables) | Classe intermédiaire | Plus Aisés | Total |
|----------------------|---------------------------|----------------------|------------|--------|
| 2018 (année de base) | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| 2019 | 99,30 | 101,15 | 100,63 | 100,51 |
| 2020 | 99,40 | 100,53 | 100,13 | 99,89 |
| 2021 | 98,46 | 101,10 | 101,73 | 100,30 |
| 2022 | 97,12 | 99,26 | 100,71 | 98,69 |

Source : Big Data du Google Trends 2018-2022

Dans le contexte inflationniste de l'année 2022, bien que l'indice d'intention d'achat des plus aisés ait connu une régression de -1% en 2022, il est parvenu à maintenir son niveau de 2019 d'avant la crise sanitaire, avec une légère hausse de +0,08% en 2022. Cette catégorie sociale, disposant de ressources plus importantes, a la capacité de différer ses achats ou se tourner vers des produits moins coûteux, une flexibilité qui fait défaut chez les moins aisés.

En ce qui concerne la catégorie sociale intermédiaire, l'indice a chuté de manière significative de -1,82% en 2022 par rapport à 2021. Cela suggère que les chocs successifs de la pandémie COVID-19 et de l'inflation ont fragilisé cette catégorie sociale, notamment en raison de l'évolution de ses revenus qui n'a pas suivi les fluctuations des prix (Cf. section sur le pouvoir d'achat catégoriel). Ainsi, l'indice global pour cette catégorie a enregistré une baisse de -0,74% en 2022 par rapport à 2018.

En ce qui concerne les moins aisés, leur indice d'intentions d'achat a enregistré une chute significative de -1,36% en 2022 par rapport à l'année précédente, et de -2,88% par rapport à l'année de référence 2018. Ce reflux de l'indice met en évidence le recul important du pouvoir d'achat de cette catégorie sociale. Cette situation est exacerbée par la hausse des prix des produits de première nécessité qui constituent une part importante de leur panier de consommation.

Dans ces conditions, l'indice web a enregistré, au niveau national, une baisse de -1,60% en 2022 par rapport à l'année précédente. Cette diminution s'est produite en dépit des subventions gouvernementales visant à atténuer les répercussions de l'augmentation des coûts des produits énergétiques et à soutenir le pouvoir d'achat des ménages.