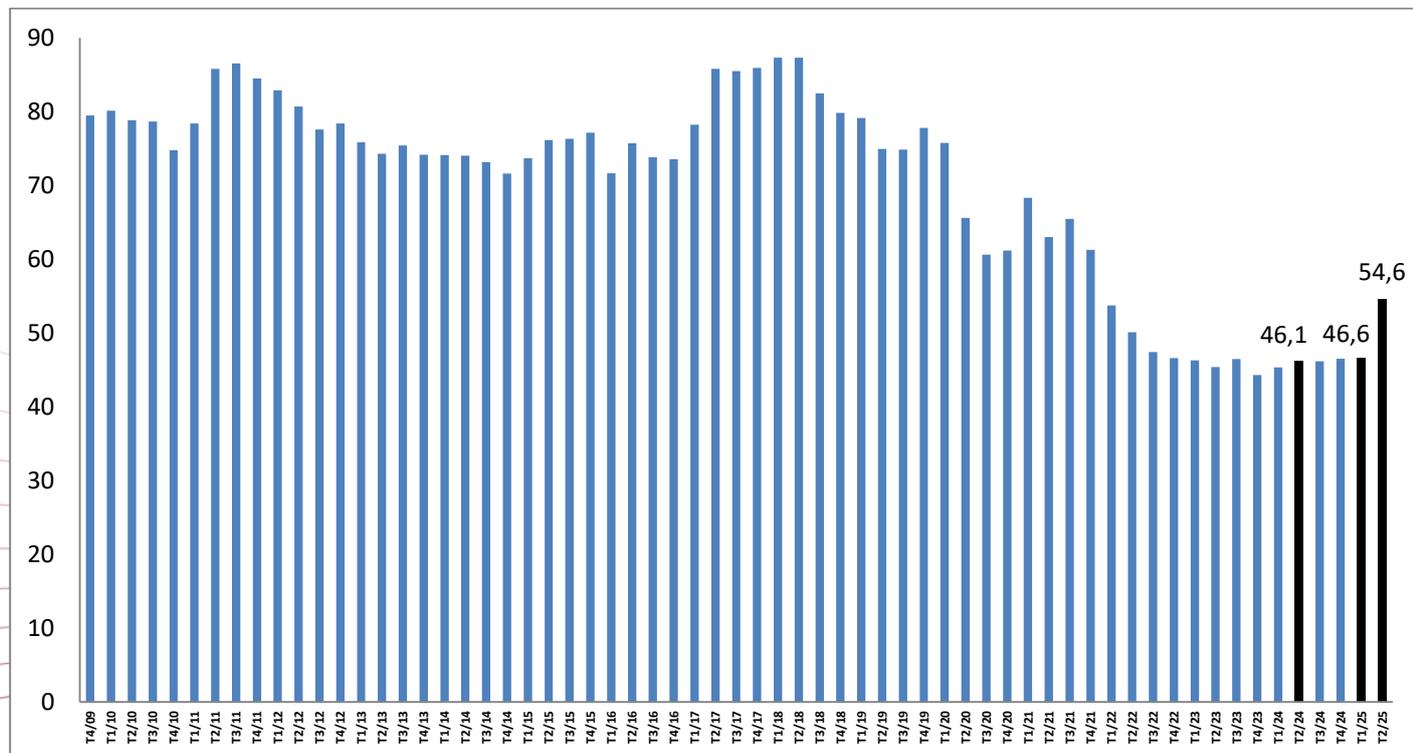


Note d'information du Haut-commissariat au Plan
Résultats de l'enquête de conjoncture auprès des ménages
Deuxième trimestre de l'année 2025

Les résultats de l'enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le HCP, montrent qu'au deuxième trimestre de 2025, l'Indice de Confiance des Ménages (ICM) enregistre une amélioration 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 54,6 points, au lieu de 46,6 points enregistrés le trimestre précédent et 46,1 points le même trimestre de l'année précédente.

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

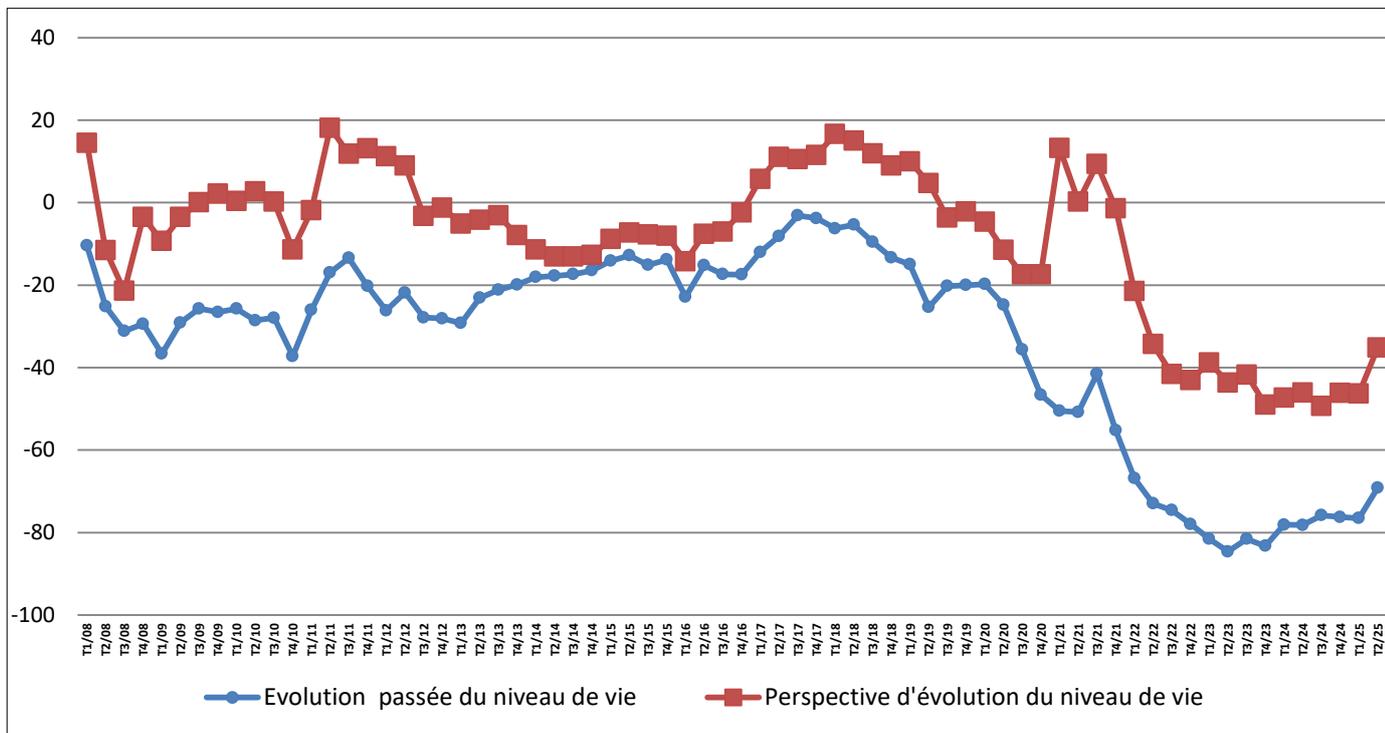
Les composantes de l'ICM portent sur la perception par les ménages de l'évolution du niveau de vie, du chômage, de l'opportunité à effectuer des achats de biens durables et de leur situation financière.

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

Au deuxième trimestre de 2025, 76,0% des ménages déclarent une dégradation du niveau de vie au cours des 12 derniers mois, 17,2% un maintien au même niveau et 6,8% une amélioration. Le solde d'opinion, bien qu'encore négatif, s'est amélioré pour atteindre -69,2 points, contre -76,5 points au trimestre précédent et -78,2 points un an auparavant.

S'agissant de l'évolution du niveau de vie au cours des 12 prochains mois, 44,9% des ménages s'attendent à une dégradation, 45,4% à un maintien au même niveau et 9,7% à une amélioration. Le solde d'opinion s'est également amélioré, s'établissant à -35,2 points, après -46,3 points au trimestre précédent et -46,1 points au même trimestre de l'année précédente.

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

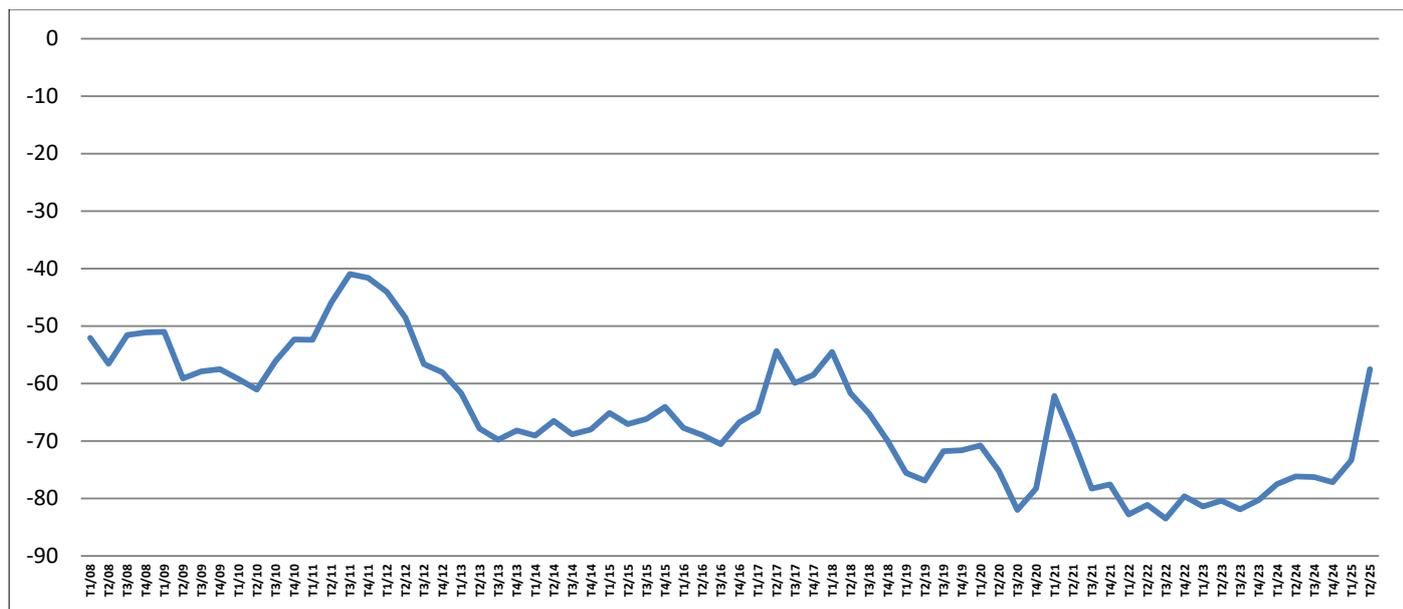


Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

- **Perceptions moins négatives quant à l'évolution du chômage**

Au deuxième trimestre de 2025, 71,8% contre 14,3% des ménages s'attendent à une hausse du chômage au cours des 12 prochains mois. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 57,5 points, marquant une amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent (moins 59,4 points) qu'au même trimestre de l'année précédente (moins 76,2 points).

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

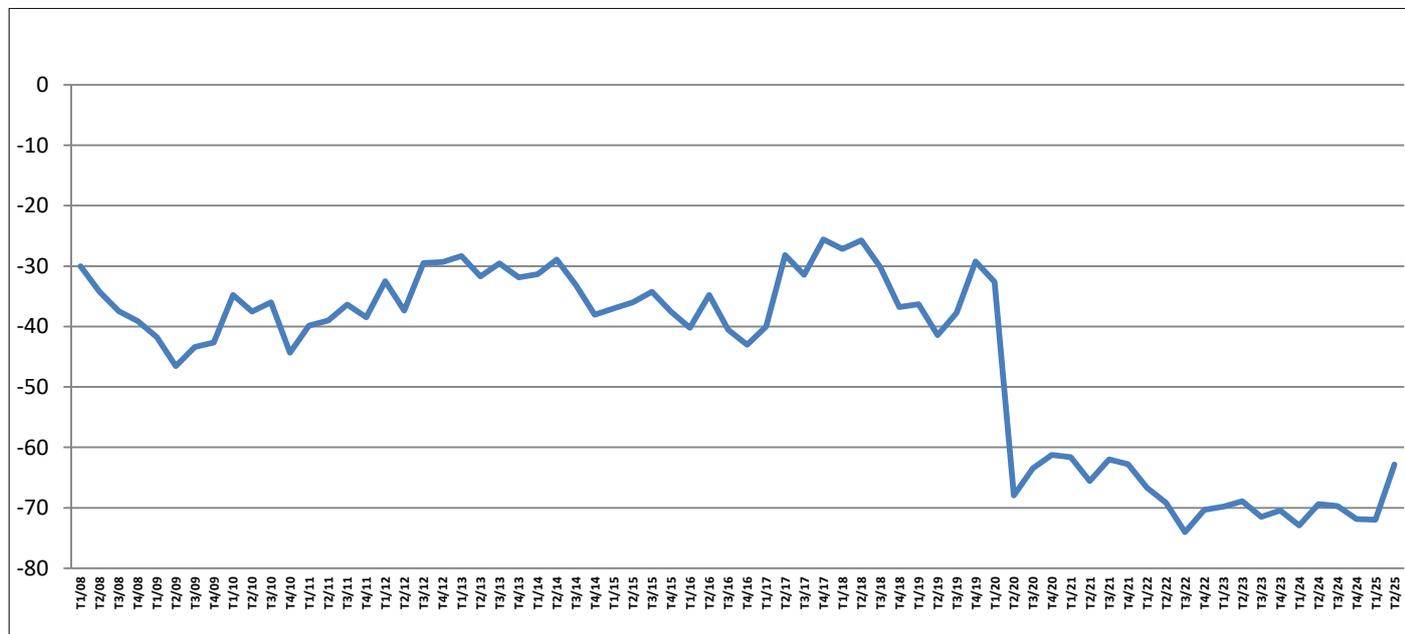


Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

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

Au deuxième trimestre de 2025, 72,7% contre 9,9% des ménages considèrent que le moment n'est pas opportun pour effectuer des achats de biens durables. Le solde d'opinion reste ainsi négatif, à moins 62,8 points, enregistrant une amélioration par rapport au trimestre précédent (moins 72,0 points) et au même trimestre de l'année précédente (moins 69,4 points).

Graphique4 : Opportunité d'achat des biens durables selon les ménages (soldes d'opinions)



Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

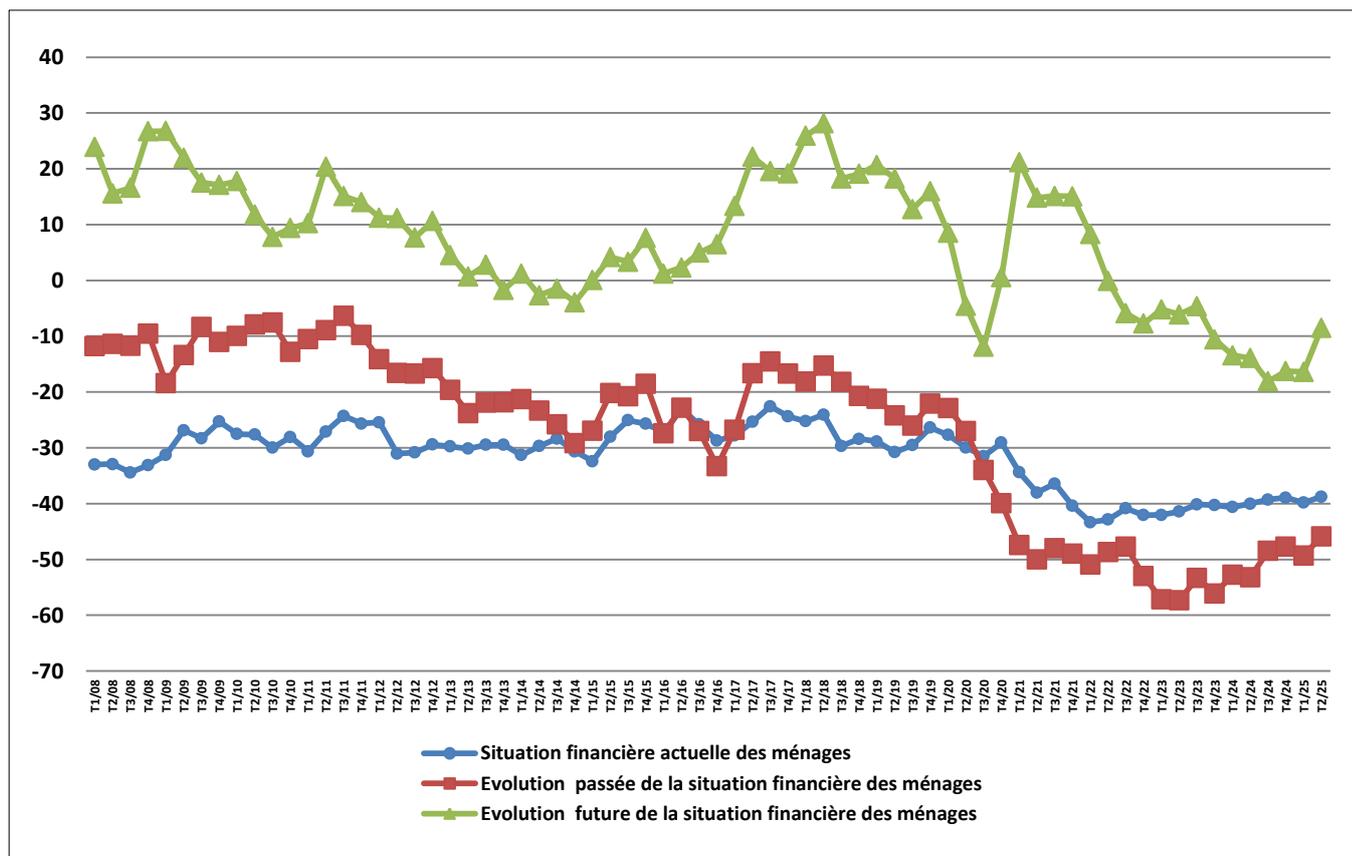
- **Les ménages perçoivent une amélioration de leurs situations financières**

Au deuxième trimestre de 2025, 57,6% des ménages estiment que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 40,6% déclarent s'endetter ou puiser dans leur épargne et 1,8% affirment épargner une partie de leur revenu. Le solde d'opinion relatif à la situation financière actuelle des ménages s'établit à moins 38,8 points, contre moins 39,8 points au trimestre précédent et moins 40,0 points au même trimestre de l'année précédente.

Quant à l'évolution de leur situation financière au cours des 12 derniers mois, 50,1% contre 4,2% des ménages considèrent qu'elle s'est dégradée. Le solde d'opinion de cet indicateur est demeuré négatif, à moins 45,9 points, enregistrant une amélioration par rapport au trimestre précédent (moins 49,3 points) et au même trimestre de l'année précédente (moins 53,2 points).

S'agissant de l'évolution de leur situation financière au cours des 12 prochains mois, 15,1% des ménages s'attendent à une amélioration de leurs situations financières, 61,3% à un maintien au même niveau et 23,6% à une dégradation. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 8,5 points, enregistrant une amélioration par rapport au trimestre précédent (moins 16,4 points) ainsi qu'au même trimestre de l'année précédente (moins 13,9 points).

Graphique 5 : Situation financière des ménages (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.

- **Les ménages sont toujours pessimistes quant à leur capacité future à épargner**

Au deuxième trimestre de 2025, 8,7% contre 91,3% des ménages s'attendent à épargner au cours des 12 prochains mois. Le solde d'opinion de cet indicateur est resté ainsi négatif, à moins 82,6 points, contre moins 77,6 points le trimestre précédent et moins 80,4 points une année auparavant.

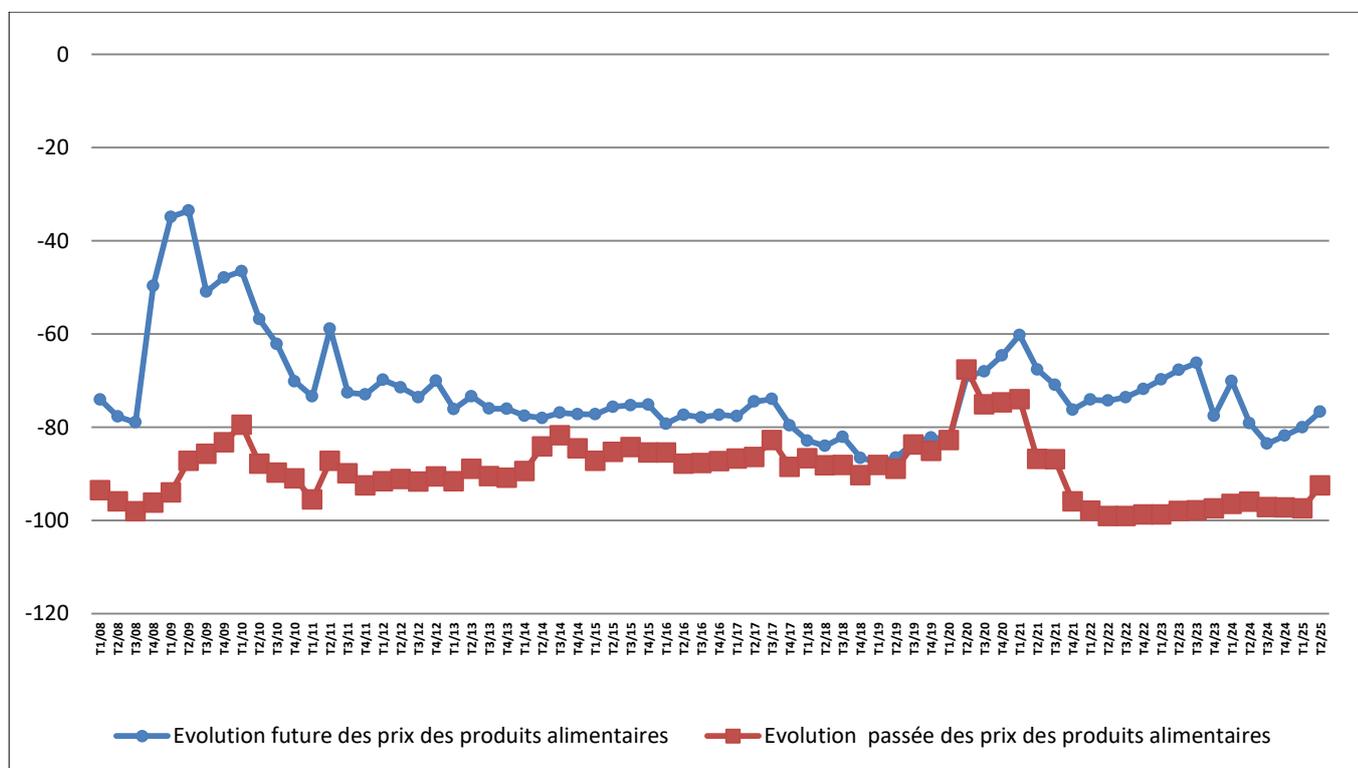
- **Prix des produits alimentaires : opinions toujours négatives**

Au deuxième trimestre de 2025, 94,2% des ménages déclarent que les prix des produits alimentaires ont augmenté au cours des 12 derniers mois, contre une proportion minime des

ménages (1,7%) qui ressentent leur diminution. Le solde d'opinion est resté ainsi négatif à moins 92,5 points, contre moins 97,4 points un trimestre auparavant et moins 96,0 points un an auparavant.

Quant à l'évolution des prix des produits alimentaires au cours des 12 prochains mois, 78,9% des ménages s'attendent à une augmentation, 18,8% à un maintien au même niveau et 2,3% à une diminution. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 76,6 points, enregistrant une amélioration aussi bien par rapport au trimestre précédent (moins 80,0 points) qu'au même trimestre de l'année précédente (moins 79,1 points).

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

Indicateurs	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	T2/25	
Indice de Confiance des Ménages	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	65,5	61,2	53,7	50,1	47,4	46,6	46,3	45,4	46,5	44,3	45,3	46,1	46,2	46,5	46,6	54,6	
Perspective d'évolution du nombre de chômeur	-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	-57,5	
Evolution passée du niveau de vie	-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	-69,2	
Perspective d'évolution du niveau de vie	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	-35,2	
Opportunité d'achat	-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	-62,8	
Situation financière actuelle des ménages	-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	-38,8	
Evolution passée de la situation financière des ménages	-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	-45,9	
Evolution future de la situation financière des ménages	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	-8,5	
Autres soldes																															
Evolution future des prix des produits alimentaires	-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	-76,6	
Evolution passée des prix des produits alimentaires	-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	-92,5	
Capacité à épargner des ménages dans les mois à venir	-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	-82,6	

Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages