

المملكة المغربية



المندوبية السامية للتخطيط
ⵜⴰⴳⴷⴰⵢⵜ ⵜⴰⵎⴰⵎⵓⵔⵜ ⵜⴰⵏⵔⴰⵢⵜ
HAUT-COMMISSARIAT AU PLAN

NOTE D'INFORMATION

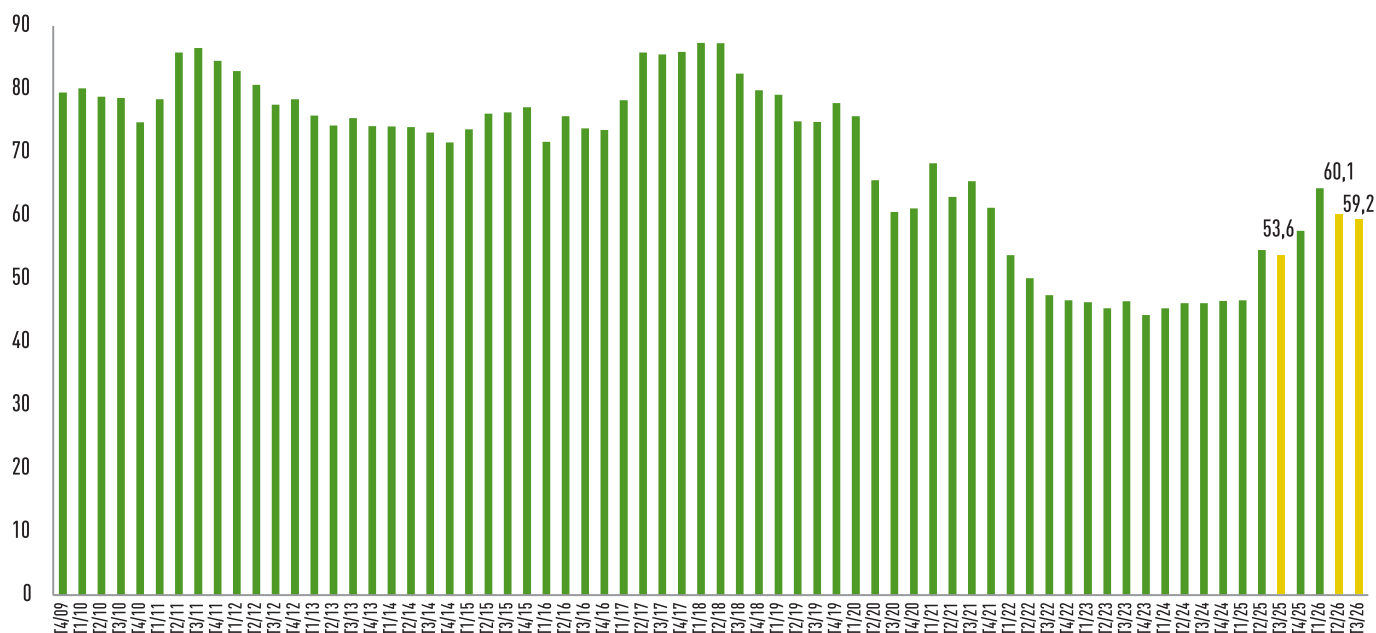
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE CONJONCTURE AUPRÈS DES MÉNAGES

Troisième trimestre

Les résultats de l'enquête permanente de conjoncture auprès des ménages, menée par le Haut-Commissariat au Plan (HCP), montrent qu'au troisième trimestre de 2026, l'Indice de Confiance des Ménages (ICM) enregistre une légère baisse par rapport au trimestre précédent et une amélioration par rapport au même trimestre de l'année 2025.

Au troisième trimestre de 2026, l'indice de confiance des ménages (ICM) s'établit à 59,2 points, au lieu de 60,1 points enregistrés le trimestre précédent et 53,6 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

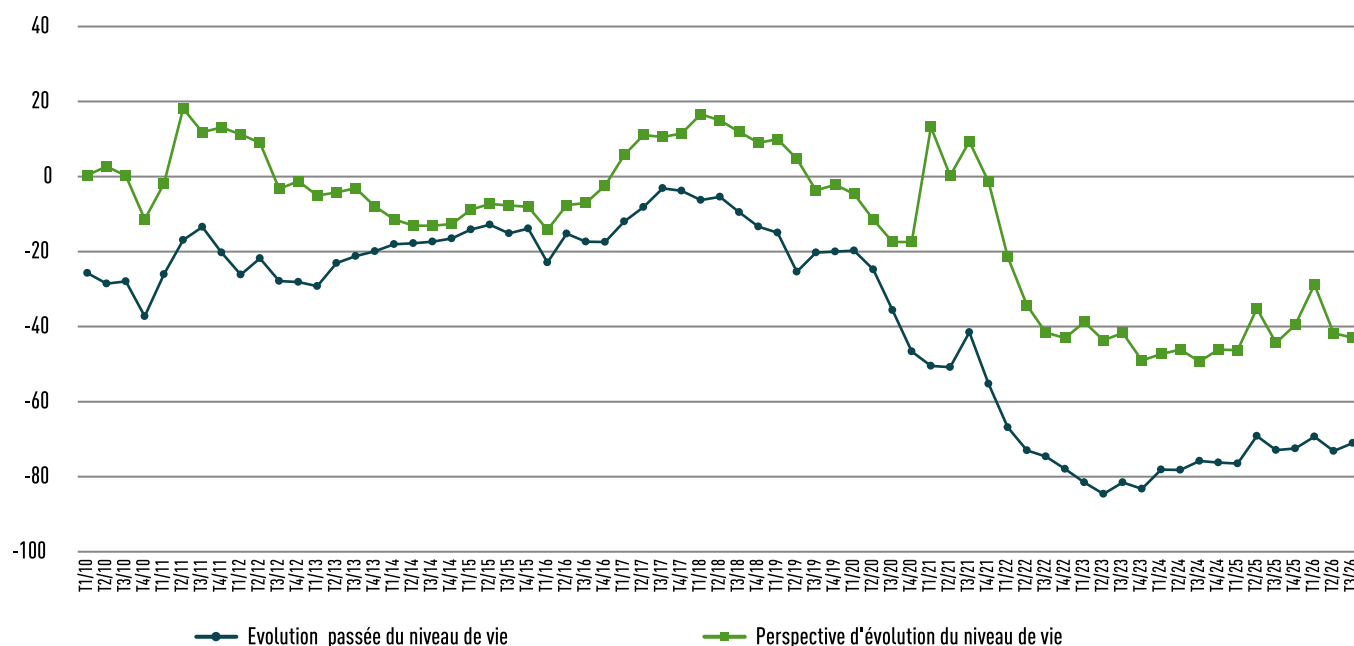
Les composantes de l'ICM portent sur la perception par les ménages de l'évolution du niveau de vie, du chômage, de l'opportunité à effectuer des achats de biens durables et de leur situation financière.

• Sentiment d'une amélioration du niveau de vie

Au troisième trimestre de 2026, 76,3% des ménages déclarent une dégradation du niveau de vie au cours des 12 derniers mois, 18,5% un maintien au même niveau et 5,2% une amélioration. Le solde d'opinion relatif à l'évolution passée du niveau de vie est resté négatif à moins 71,1 points, contre moins 73,1 points au trimestre précédent et moins 72,9 points au même trimestre de l'année passée.

S'agissant de l'évolution du niveau de vie au cours des 12 prochains mois, 51,7% des ménages s'attendent à une dégradation, 39,6% à un maintien au même niveau et 8,7% à une amélioration. Le solde d'opinion de cet indicateur est resté ainsi négatif à moins 43,0 points, contre moins 41,7 points un trimestre auparavant et moins 44,3 points un an auparavant.

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



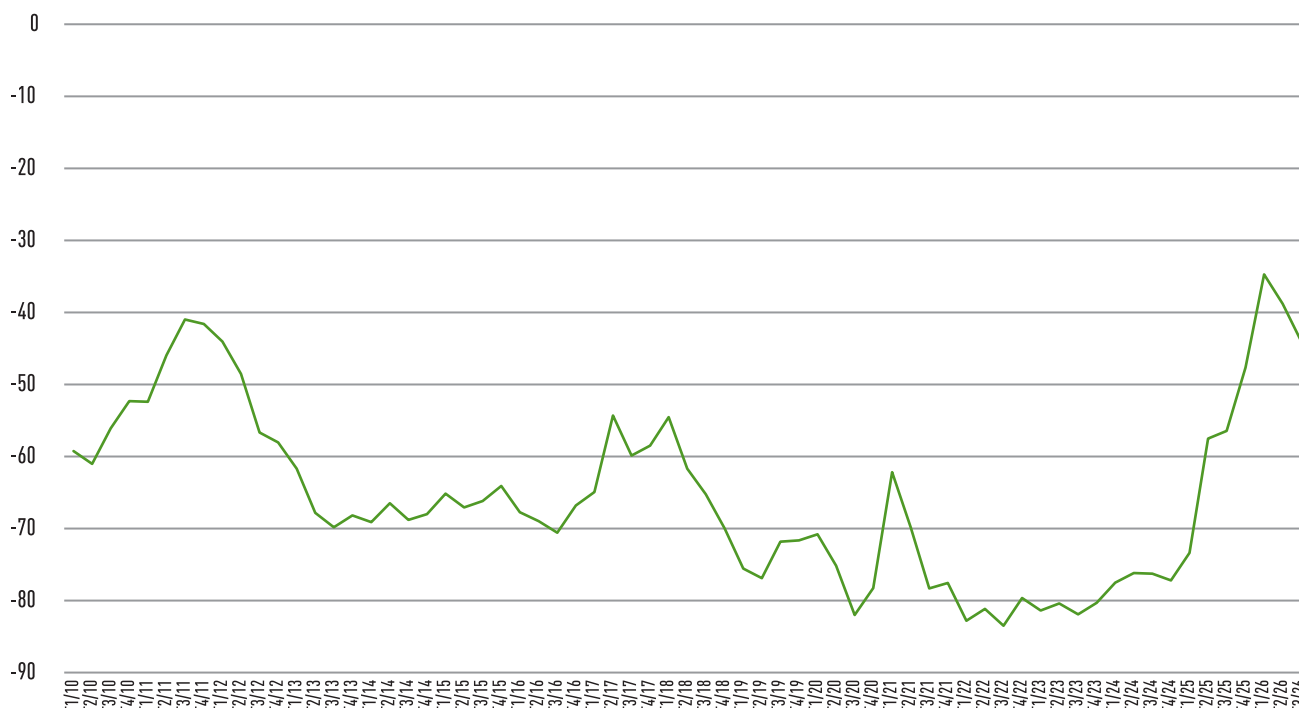
Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

• Perceptions négatives quant à l'évolution du chômage

Au troisième trimestre de 2026, 61,3% contre 17,3% 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 44,0 points, contre moins 38,8 points au trimestre précédent et moins 56,4 points au même trimestre de l'année précédente.

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



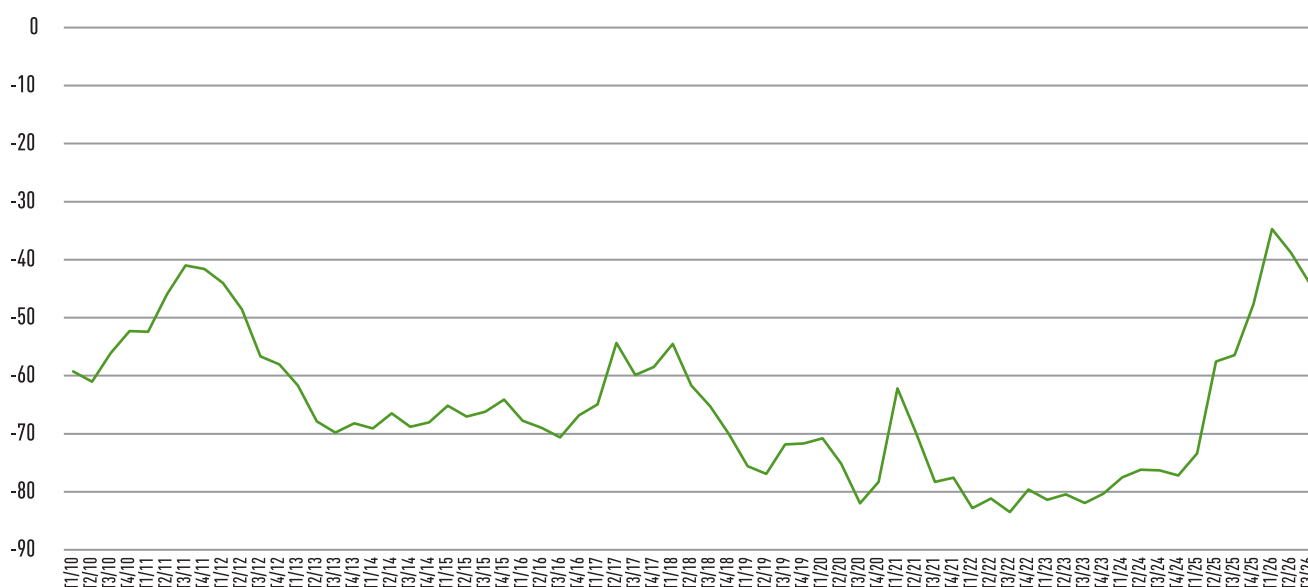
Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

• Une conjoncture toujours perçue comme peu favorable à l'achat de biens durables

Au troisième trimestre de 2026, 63,8% contre 14,5% 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 ainsi négatif à moins 49,3 points, contre moins 50,6 points un trimestre auparavant et moins 57,7 points un an auparavant.

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



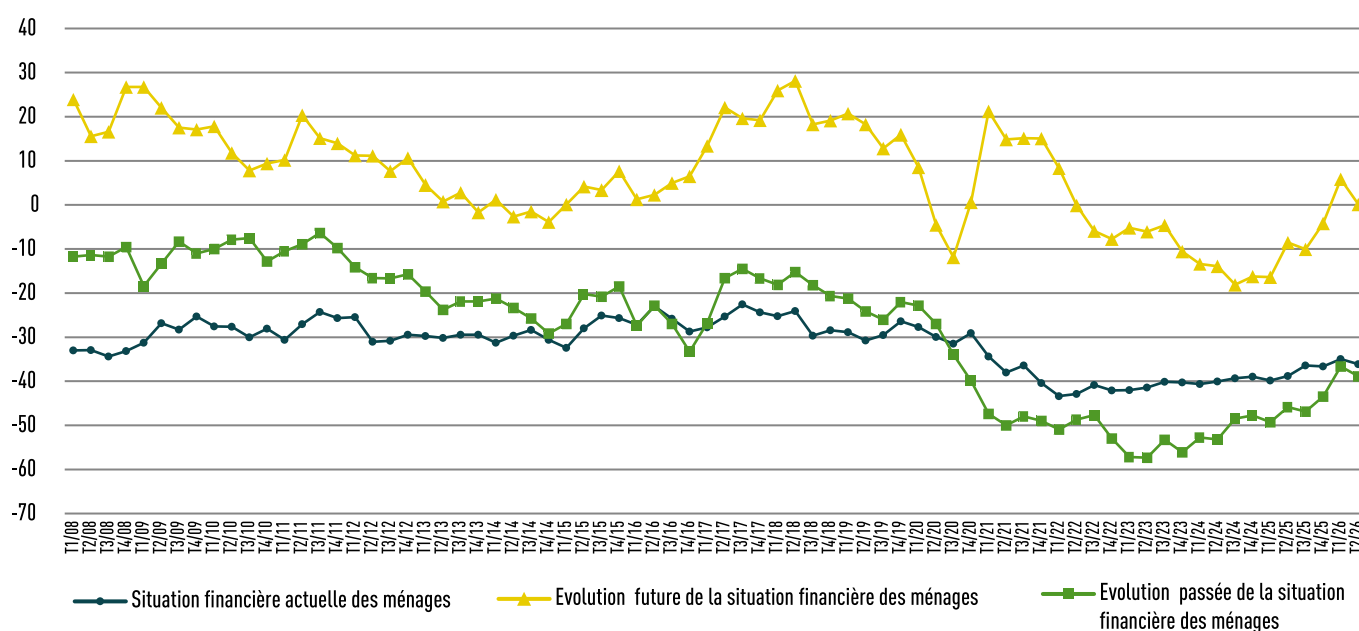
Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

• Situation financière des ménages : perceptions négatives

Au troisième trimestre de 2026, 58,2% des ménages estiment que leurs revenus couvrent leurs dépenses, 39,0% 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 s'établit à moins 36,2 points, contre moins 36,1 points au trimestre précédent et moins 36,4 points au même trimestre de l'année précédente.

Quant à l'évolution de leur situation financière au cours des 12 derniers mois, 44,9% contre 4,7% des ménages considèrent qu'elle s'est dégradée. Le solde d'opinion de cet indicateur s'établit ainsi à moins 40,2 points contre moins 38,9 points au trimestre précédent et moins 46,8 points au même trimestre de l'année précédente.

S'agissant de l'évolution de leur situation financière au cours des 12 prochains mois, 16,5% des ménages s'attendent à une amélioration de leur situation financière, 65,1% à un maintien au même niveau et 18,4% à une dégradation. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 1,9 point, contre 0,1 point au trimestre précédent et moins 10,0 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.

• Capacité future à épargner : perceptions pessimistes

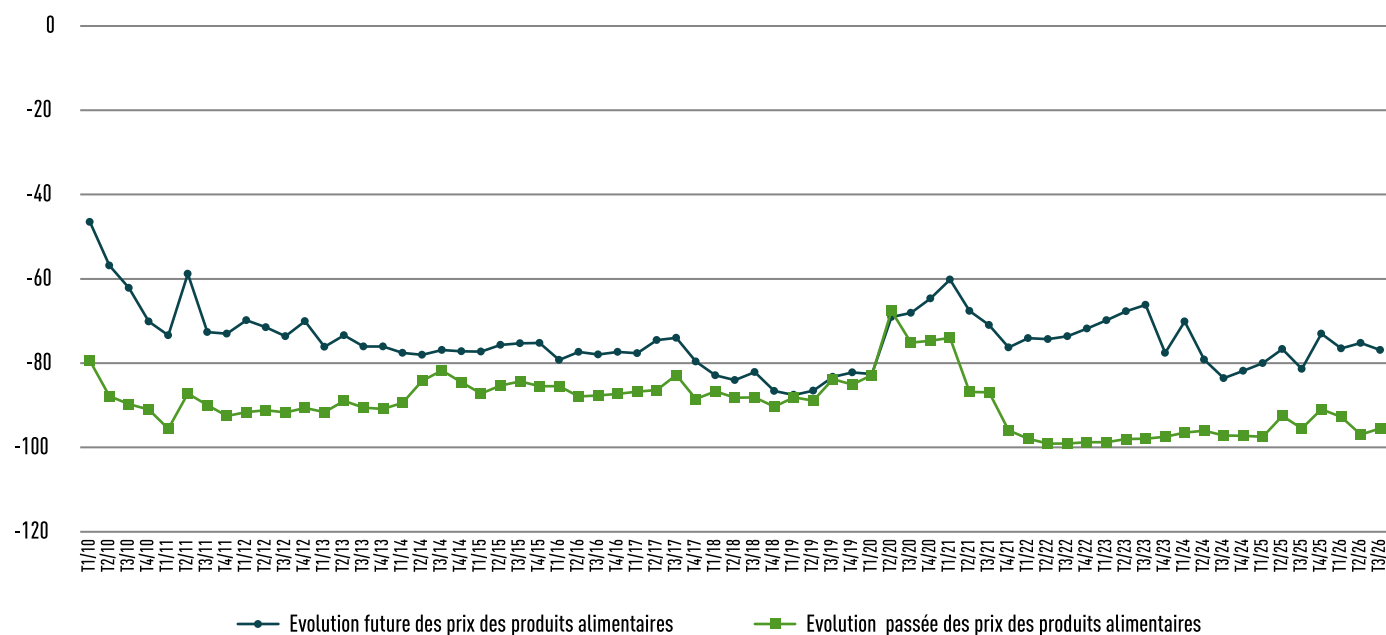
Au troisième trimestre de 2026, 7,5% contre 92,5% des ménages s'attendent à épargner au cours des 12 prochains mois. Le solde d'opinion de cet indicateur est resté ainsi négatif, à moins 85 points, enregistrant une détérioration aussi bien par rapport au trimestre précédent que par rapport au même trimestre de l'année précédente, où il s'établissait respectivement à moins 80,9 points et moins 80,8 points.

• Prix des produits alimentaires : une hausse toujours perçue par la quasi-totalité des ménages

Au troisième trimestre de 2026, 95,9% des ménages déclarent que les prix des produits alimentaires ont augmenté au cours des 12 derniers mois contre une proportion minime des ménages (0,4%) qui ressentent leur diminution. Le solde d'opinion reste négatif, à moins 95,5 points, en amélioration par rapport au trimestre précédent (moins 97,0 points), mais stable par rapport au même trimestre de 2025 (moins 95,5 points).

Quant à l'évolution des prix des produits alimentaires au cours des 12 prochains mois, 77,9% des ménages s'attendent à une augmentation, 21,1% à un maintien au même niveau et 1,0% à une diminution. Le solde d'opinion relatif à cet indicateur s'établit à moins 76,9 points, contre moins 75,2 points au trimestre précédent et moins 81,4 points au même trimestre de l'année précédente.

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

	T1/18	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	T3/25	T4/25	T1/26	T2/26	T3/26	
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	54,6	53,6	57,6	64,4	60,1	59,2
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	-56,4	-47,7	-34,7	-38,8	-44,0	
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	-72,9	-72,5	-69,3	-73,1	-71,1	
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	-44,3	-39,5	-28,8	-41,7	-43,0	
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	-57,7	-52,9	-51,0	-50,6	-49,3	
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	-36,4	-36,6	-35,0	-36,1	-36,2	
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	-46,8	-43,5	-36,7	-38,9	-40,2	
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	-10	-4,2	5,8	0,1	-1,9	
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	-81,4	-73	-76,5	-75,2	-76,9	
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	-95,5	-90,9	-92,7	-97,0	-95,5	
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	-80,8	-78,5	-75,7	-80,9	-85	

Source : HCP, Enquête permanente de conjoncture auprès des ménages

المملكة المغربية



المندوبية السامية للتخطيط

ⵜⴰⴳⴷⴰⵢⵜ ⵜⴰⵎⴰⵎⵓⵔⵜ ⵏ ⵓⵎⵓⵔ
HAUT-COMMISSARIAT AU PLAN