

Grand angle



Étude de l'observatoire Wafasalaf

Plus de 51% des ménages marocains zappent l'endettement

● C'est ce qui ressort de l'enquête menée par l'Observatoire Wafasalaf sur la consommation des ménages. L'étude révèle par ailleurs que 20% des foyers privilégient les canaux de distribution informelle pour l'achat des produits high-tech.

Des consommateurs rationnels et responsables. C'est le profil qui se dégage de l'enquête réalisée par l'Observatoire Wafasalaf sur les tendances de la consommation des ménages au Maroc et dont les résultats ont été rendus publics mardi, 4 mai dernier. Cette étude, menée auprès de 2.508 foyers dont les revenus mensuels nets varient entre 2.500 et 20.000 DH en vue de comprendre les motiva-

tions, les priorités, les aspirations et les intentions de ces derniers en matière de consommation de biens et services, a avant tout permis de mettre à jour la perception de ceux-ci quant à l'évolution du pouvoir d'achat des Marocains et de leurs dépenses depuis les 12 derniers mois ainsi que les intentions d'achat des sondés pour les 12 prochains mois. Interrogés sur leur pouvoir d'achat, 62% des sondés trou-

vent que celui-ci est globalement stable, 18% qu'il s'est amélioré tandis que 21% estiment qu'il s'est détérioré. Une tendance corroborée par la perception de leur revenu et de la capacité d'épargne des Marocains. En effet, 64% des sondés déclarent que ce revenu est resté stable, 19% que leur revenu s'est amélioré contre 17%, qui ont perçu une baisse. Quant à la capacité à épargner, 59% des foyers notent une tendance

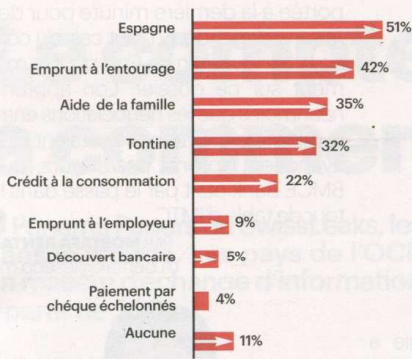
de stagnation, 29% une diminution et 12% ont annoncé une amélioration. S'agissant de l'évolution des dépenses, les perceptions sont encore plus positives. En effet, 45% des foyers pensent que leur niveau de dépense est resté stable et 40% des ménages ont perçu une augmentation de ce niveau sur les 12 mois passés tandis que seuls 15% des sondés pensent que leurs dépenses ont diminué sur cette période. Il est important de souligner que si l'augmentation des dépenses concerne d'abord les besoins à caractère inélastique, à savoir «l'eau et l'électricité» (pour 70% des ménages), l'alimentation (pour 65%), l'habillement (pour 32%), la santé (pour 49%), l'éducation et le transport (pour 45% et 42% d'entre eux respectivement), les besoins liés à la mobilité (internet, téléphone...) augmentent significativement et s'imposent parmi les besoins primaires, qui sont en constante évolution. Autre fait important, cette augmentation des dépenses relatives aux besoins primaires se fait au détriment des dépenses pour les sorties, les loisirs et les vacances, qui ont baissé pour 1 foyer sur 4. «Nous avons affaire à un consommateur rationnel qui priorise l'utile», souligne Leila Mamou, président du directoire Wafasalaf. Une tendance qui se traduit par ailleurs par un fort taux d'équipement des ménages marocains en biens durables «basiques». Ainsi, 99% des foyers sondés ont au moins un téléviseur, 97% un réfrigérateur, 95% un décodeur satellite et 85% un lave-linge mais comme nous l'avons évoqué plus haut, de produits high-tech tels que les smartphones (76%), les lecteurs DVD (65%) ou encore les ordinateurs portables (63%). Toutefois, les intentions d'achats des foyers marocains sondés sur les 12 prochains mois révèlent une réelle aspiration à un meilleur confort de vie, notamment en ce qui concerne l'investissement dans l'aménagement intérieur de la maison (38% des foyers), les achats d'équipements électroménagers qui s'élèvent à 43% (entre le brun et le blanc). Autre aspect de la rationalité des ménages dans leurs comportements

Précisions sur l'enquête

L'étude a été conduite selon l'approche quantitative par questionnaire structuré. Elle a ciblé des chefs de ménages âgé(e)s de 25 à 67 ans résidant en milieu urbain ou péri-urbain et dont le revenu net du foyer varie entre 2.500 et 20.000 DH. L'enquête a été menée au total auprès de 2.508 ménages dans les villes de Casablanca, Rabat-Salé, Tanger, Fès, Oujda, Marrakech, Béni-Mellal et Agadir. L'échantillon a, par ailleurs, été constitué selon la méthode des quotas : par ville, âge, sexe et CSP. L'étude terrain a eu lieu le 1er trimestre 2016.

Grand angle

SOLUTION DE FINANCEMENT DÉJÀ UTILISÉES



SOURCE : OBSERVATOIRE WAFASALAF

d'achats, qui tranchent radicalement avec l'image du consommateur suiveur, la tendance à négocier les prix et à rechercher des promotions et les bonnes occasions. Cette attitude s'observe également dans la forte tendance des ménages à privilégier les canaux de distribution informels. En effet, une grande majorité des foyers achète le neuf, l'étude révèle que 20% d'entre eux ont recours à ces canaux en particulier pour l'achat de produits high-tech ainsi qu'à la 2^e main appelée également «l'usagé» pour

dans le développement économique du pays et d'inclusion financière que Wafasalaf entend renforcer entre autres à travers l'Observatoire de la consommation des ménages. Ce projet monté en partenariat avec le cabinet d'études LMS-CSA vise entre autres à informer le grand public, les médias, les décideurs politiques et économiques ainsi que les partenaires et leurs clients de

l'entreprise sur les motivations et intentions de consommation des Marocains en publiant chaque année une étude sur 4 indicateurs, notamment l'IED (Indicateur d'évolution des dépenses), l'IPA (Indicateur de pouvoir d'achat) le TEQ (Taux d'équipement) et l'IIA (Indicateur des intentions d'achats).

PAR **JOSEPH OSCAR GNAGBO**
j.gnagbo@leseco.ma

Les intentions d'achats des foyers marocains sondés sur les 12 prochains mois révèlent une réelle aspiration à un meilleur confort de vie.

l'achat de voitures, motos, sèche-linges. Enfin, en matière de moyens de financement de leurs achats, l'étude montre que contrairement à la supposée tendance du Marocain à l'endettement auprès des banques et institutions de crédit, ces derniers tendent plus à l'achat par fonds propres. Ainsi 51 % des ménages sondés disent recourir aux financements ou à l'épargne et 35% d'entre eux à l'aide de la famille, 32% à la tontine. Même quant il s'agit d'emprunter, seuls 22% des sondés disent recourir au crédit à la consommation, 5% au découvert bancaire, 4% au paiement échelonné par chèques tandis que 42% se tournent vers leur entourage. Pour rappel, Wafasalaf est une société spécialisée dans le prêt et le crédit au Maroc depuis plus de 25 ans. Un secteur où l'entreprise jouit d'un statut de leader avec plus de 33% de parts de marché, 93.000 entreprises et plus d'1 million de ménages servis. Une position d'acteur majeur