



# Étude trimestrielle sur la confiance des consommateurs mauriciens

3<sup>e</sup> trimestre 2020 (3T20)

Copyright Kantar ©

publié le 5 novembre 2020

Période d'enquête = 15-30 octobre 2020



# Table des matières

Conclusions	03
Évolution de l'indice de confiance	04
Les éléments de l'indice	05
Perception de la situation économique actuelle et future	06
L'indice de consommation	07
Perception de l'évolution des revenus	08
Perception de l'évolution des emplois	09
Opinions sur l'évolution générale du pays et son avenir	10

# 50

## L'indice de confiance des consommateurs mauriciens, mesuré en octobre 2020

Près de 8 mois après le début de la crise, l'indice global de confiance des consommateurs mauriciens continue à baisser pour atteindre le cap de 50 sur 100, contre 53 au 2<sup>ème</sup> trimestre 2020 (après le confinement) et 89 au 1<sup>er</sup> trimestre 2020.



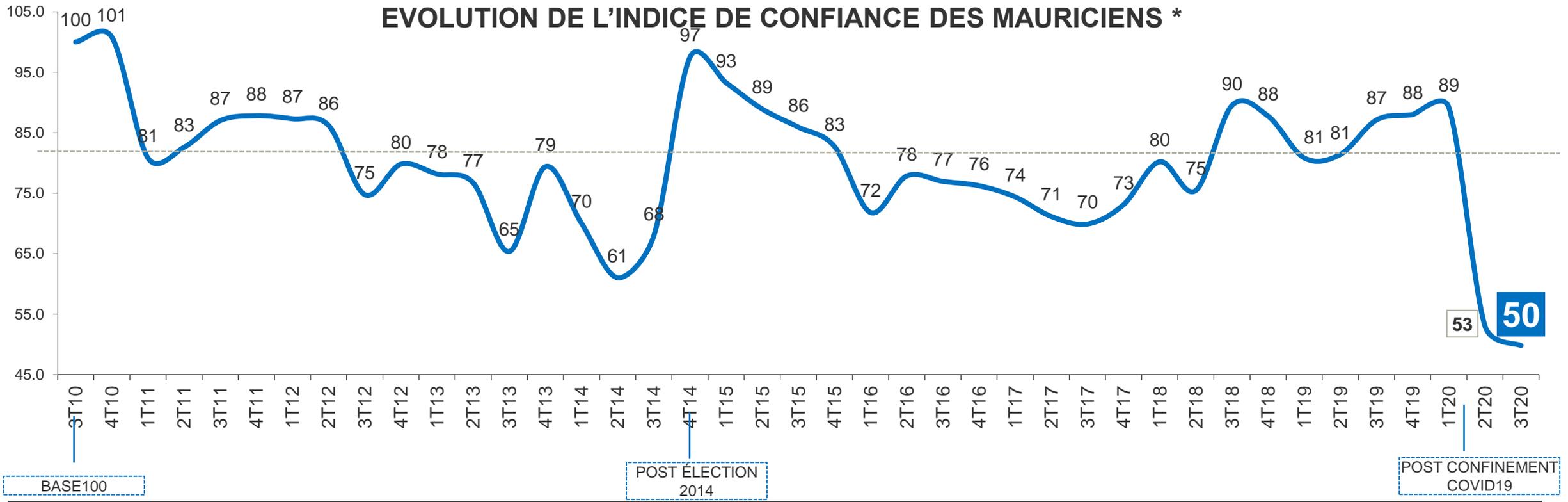
La perception de la situation économique actuelle et future par les Mauriciens explique en grande partie cet indice qui est bas et continue à baisser par rapport au trimestre précédent. L'indice concernant les achats de produits durables a particulièrement été touché.

Les autres indicateurs, comme la perception de la situation de l'emploi et les revenus des ménages, sont toujours bas mais se sont stabilisés.

L'opinion générale concernant l'avenir de Maurice est également majoritairement négative ; néanmoins, le nombre de pessimistes (56%) restent toujours plus élevé qu'au 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> trimestre 2014. En effet, les Mauriciens semblent évidemment très inquiets pour l'avenir, mais surtout à court terme, et vont rester très prudents ou sélectifs dans leurs dépenses.

# Malgré l'absence de cas Covid-19 à Maurice au moment de l'enquête, l'indice de confiance des consommateurs continue à baisser, pour arriver à un taux historiquement bas.

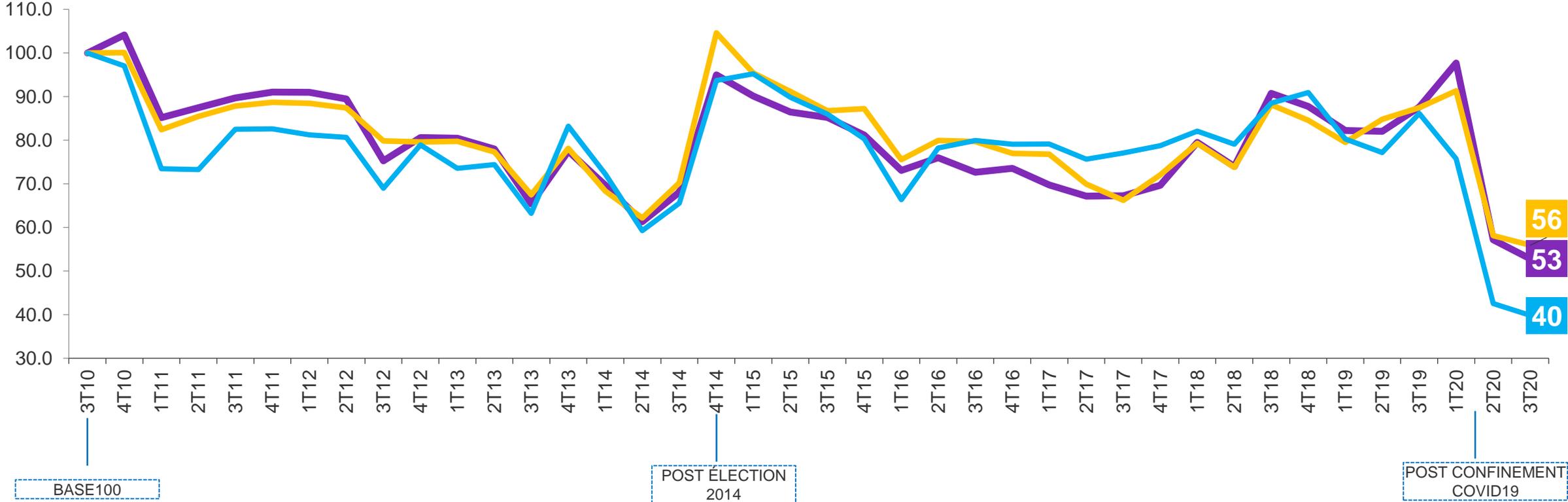
Pour comparaison, en 10 ans d'observation, l'indice le plus bas enregistré était de 61, au deuxième trimestre 2014.



**Les différents indices résumés, représentant les perceptions actuelles, futures et l'opportunité d'achat qui composent l'indice de confiance, suivent les mêmes tendances à la baisse.** L'indice des achats durables est celui qui a le plus baissé.

**EVOLUTION DES INDICES**

— Présent — Futur — Achat

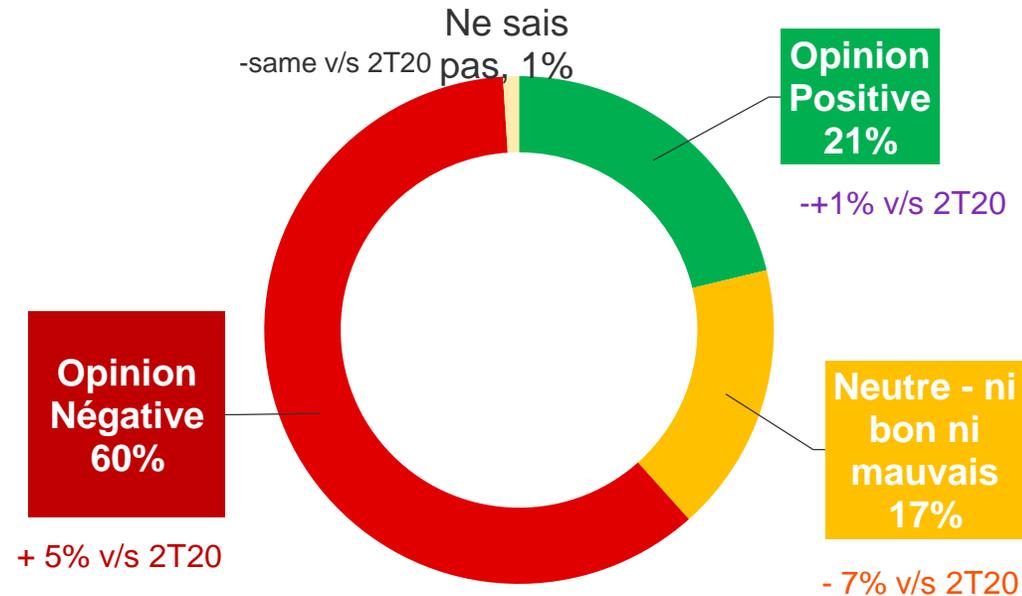


# Une analyse plus détaillée des indices montre que la perception de la situation économique est encore plus tranchée avec 60% d'opinions négatives.

Les indécis ou neutres sont moins nombreux, et se rangent maintenant dans le flot des pessimistes.

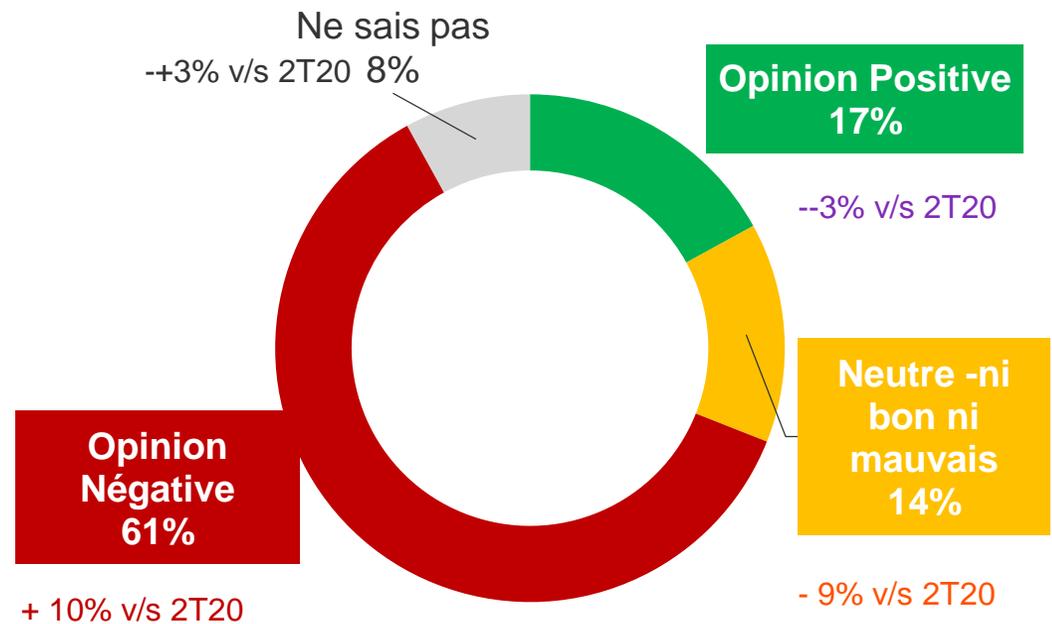
## PERCEPTION SITUATION ECONOMIQUE ACTUELLE

Perception de la situation économique actuelle de Maurice par les Mauriciens :



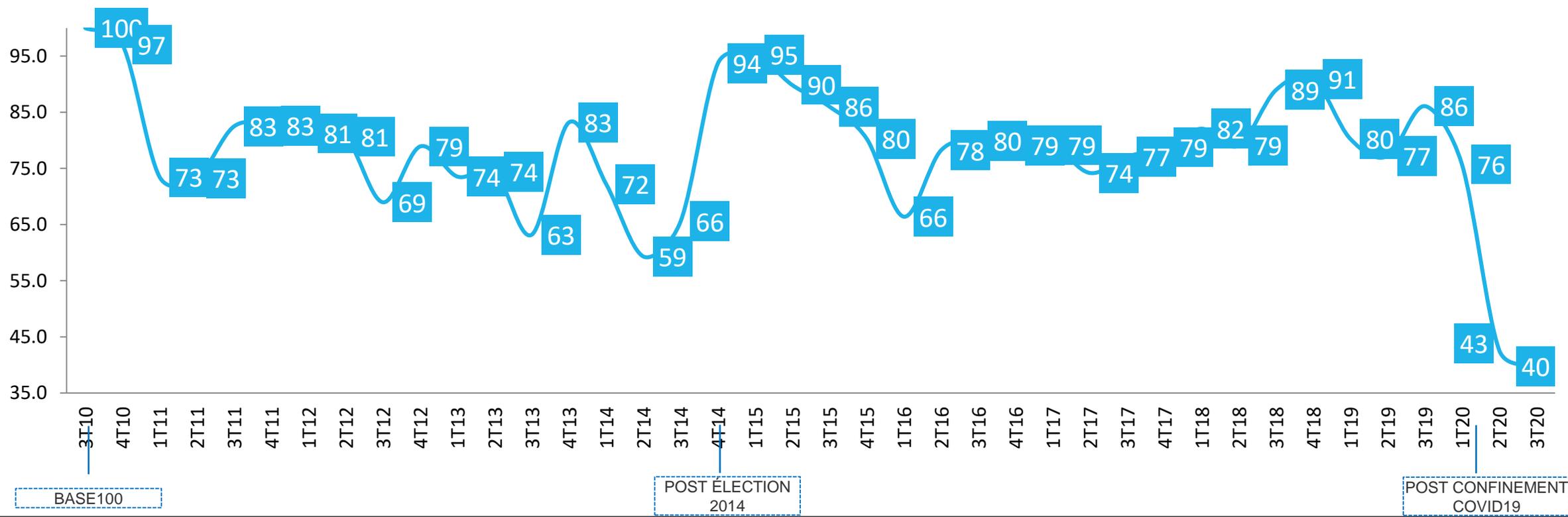
## PERCEPTION SITUATION ECONOMIQUE FUTURE

Perception de la situation économique future de Maurice par les consommateurs :



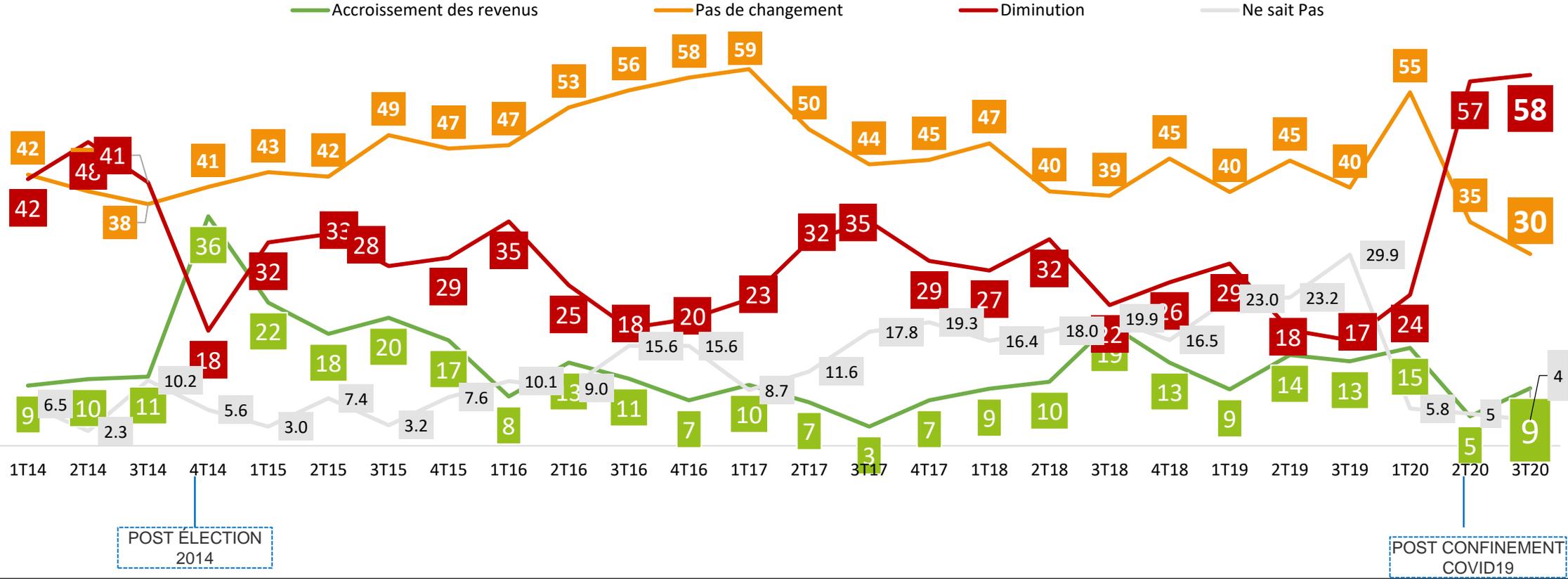
La perception du contexte de consommation était globalement positive avant le confinement. Cet indice suit désormais la même tendance à la baisse que les indices de perception de l'économie. Les résultats du Baromètre C-19 de Kantar\* de la 4ème vague (septembre 20) continuent, et confirment cette tendance à se limiter à l'essentiel et épargner quand cela est possible\*.

### EVOLUTION DE L'INDICE « DES PERSPECTIVES D'ACHAT » BASE 100 = 2010



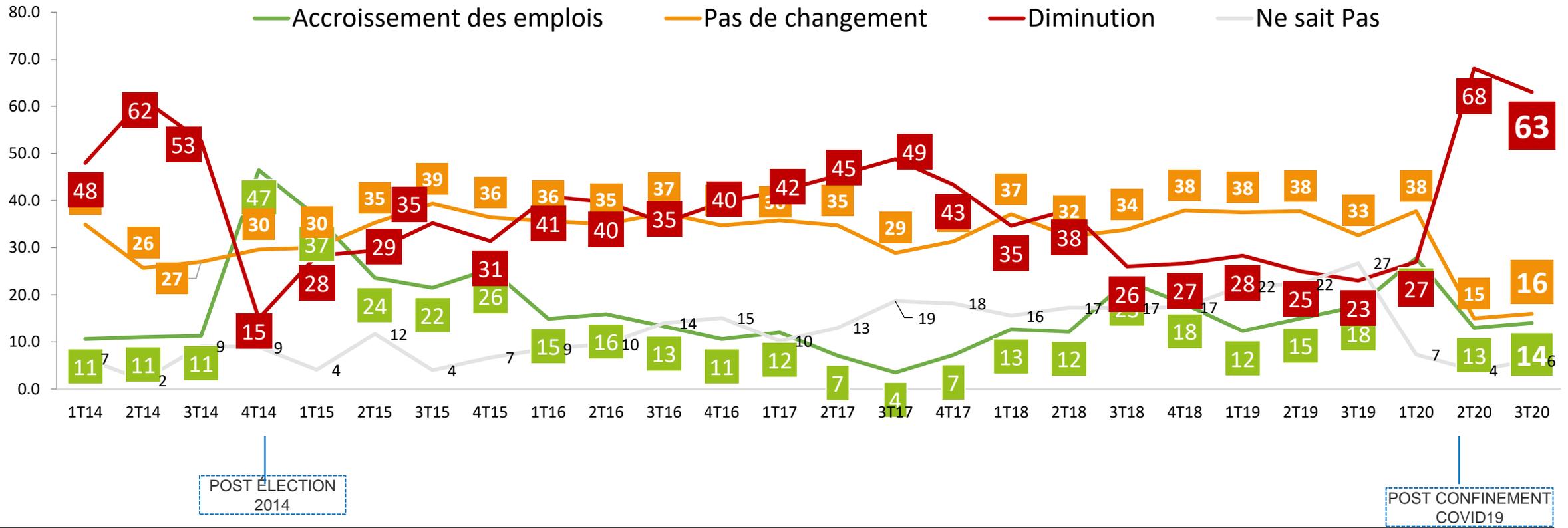
**Egalement souligné dans le Baromètre C-19 de Kantar, la grande majorité des Mauriciens continuent à anticiper des revenus en baisse pour les 6 prochains mois.**  
 A noter que ce chiffre est resté stable par rapport à celui du 2<sup>ème</sup> trimestre 2020

**PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DES REVENUS**



**En revanche, même si le spectre de la perte d'emploi et du chômage est toujours élevé, la perception s'améliore un peu par rapport au dernier trimestre : on note une baisse de 5 points des pessimistes.** Il sera intéressant de suivre cet indice en 2021 ; en effet, seuls les emplois dits informels ont surtout été touchés, car les lois récemment votées ont interdit les licenciements pour le moment. L'évolution de la pandémie et l'éloignement d'une possible reprise pour les entreprises, notamment dans le tourisme, auront un impact important sur l'emploi, dès que les mesures de protection ne seront plus suffisantes.

### PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DES EMPLOIS



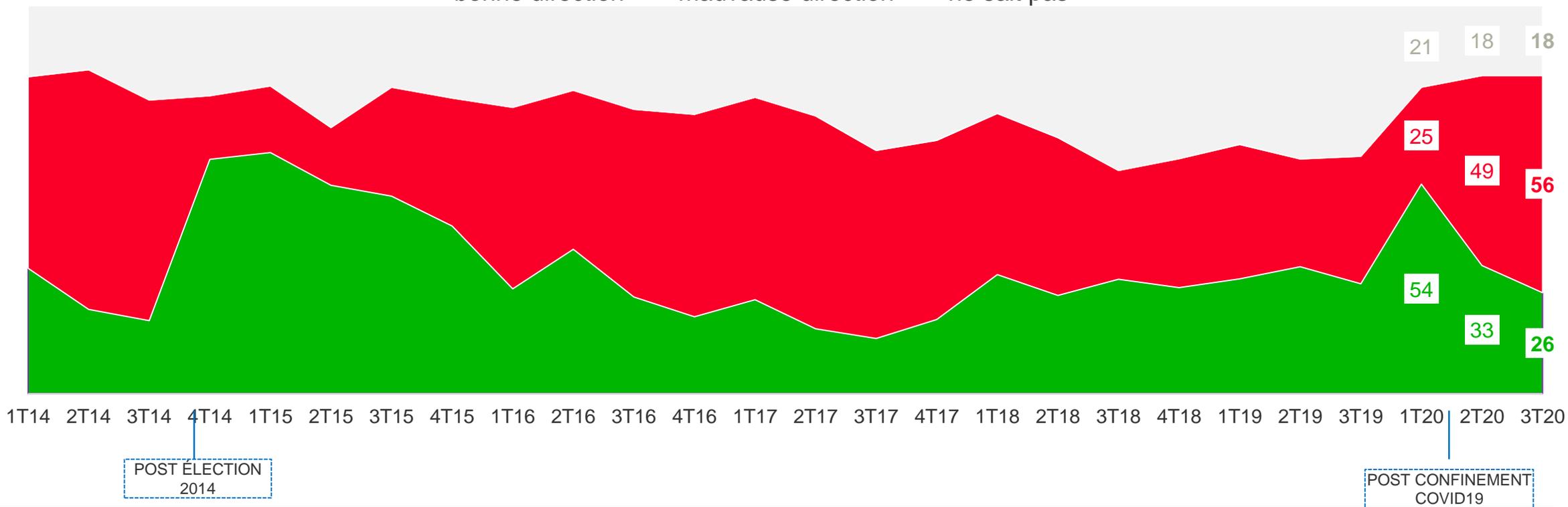
# L'opinion des consommateurs mauriciens sur l'avenir de Maurice montre une croissance des pessimistes (56%), et une baisse des optimistes (26%).

A noter cependant que ce chiffre est toujours inférieur au 62% de pessimistes enregistrés au 2<sup>ème</sup> trimestre 2014.

## OPINION GENERALE SUR L'AVENIR DE MAURICE

EST-CE QUE VOUS PENSEZ QUE MAURICE VA DANS LA ...

■ bonne direction ■ mauvaise direction ■ ne sait pas



# KANTAR

Research – Data – Insights - Consulting

## KANTAR

**Future Life :**  
Comment l'année  
2020 a  
profondément  
changé la société  
mauricienne.

Étude sociétale, générationnelle et  
comportementale.

Réalisé par l'équipe de Kantar Océan Indien



---

T: +230 202 0055 - web: [www.kantartns.io](http://www.kantartns.io)  
Analysis House, Rue du Judiciaire, Ebene  
Contact us : [info@Kantartns.io](mailto:info@Kantartns.io)