

KANTAR

**Etude trimestrielle sur
la Confiance des
Consommateurs
Mauriciens**

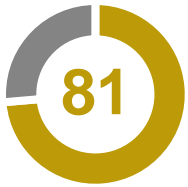
1^{er} trimestre 2019 – publié 30/4/2019



Table des matières

Conclusions	03
Evolution de l'indice de confiance	04
Perception de l'évolution générale du pays	05
Perception de la situation économique actuelle, future et des revenus	06
L'emploi	07
Le contexte de consommation	08

L'indice de Confiance des Consommateurs Mauriciens - 1er trimestre 2019



L'indice de confiance des consommateurs est revenu à 81 sur 100, après une hausse importante sur les deux derniers trimestres.

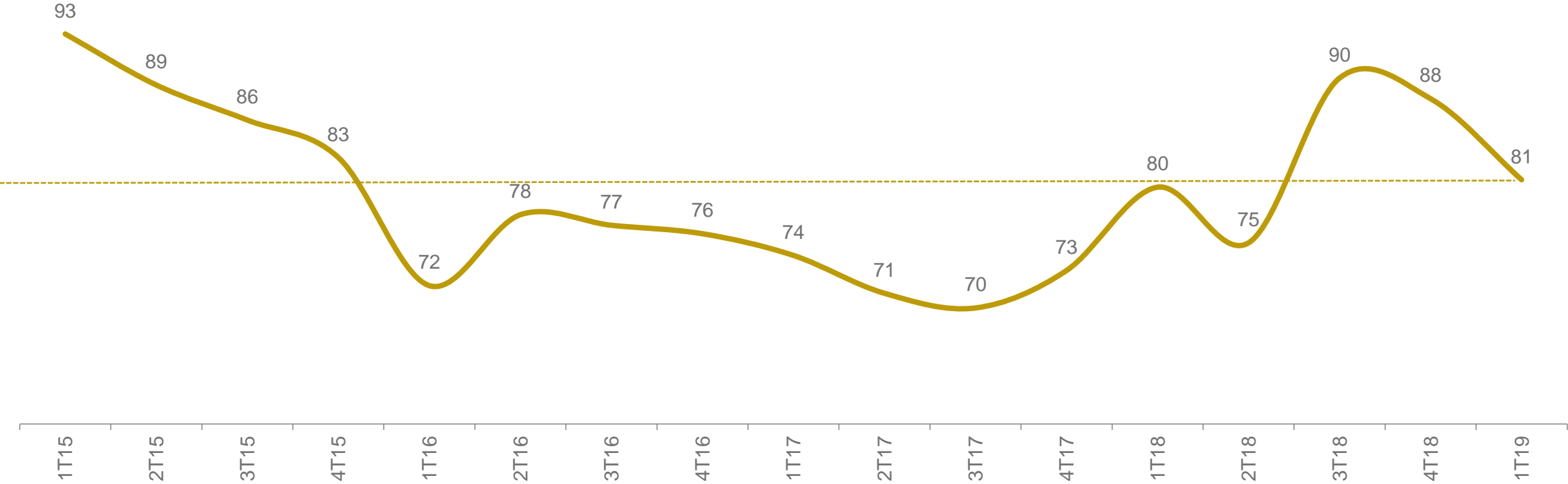
L'indice de consommation : 80 est revenu à son niveau moyen de 2017/2018, après avoir bondi de 10 points sur les deux derniers trimestres de 2018

Perspectives d'Emplois : Les Mauriciens se partagent en 3 groupes quasiment égaux, les positifs, les négatifs et les indécis. Depuis la fin 2017, le nombre de négatif avait baissé. Il est légèrement remonté ce trimestre.

Anticipation économique : L'opinion sur la situation actuelle de l'économie est plutôt partagée, avec autant de positifs que de négatifs. Une partie des Mauriciens qui jugent la situation actuelle comme bonne voire très bonne ont tendance à être plus indécis sur l'avenir.

Indice de confiance :

L'indice de confiance reste plus élevé que pour les 3 dernières années, mais moins élevé que pour la fin de l'année 2018.

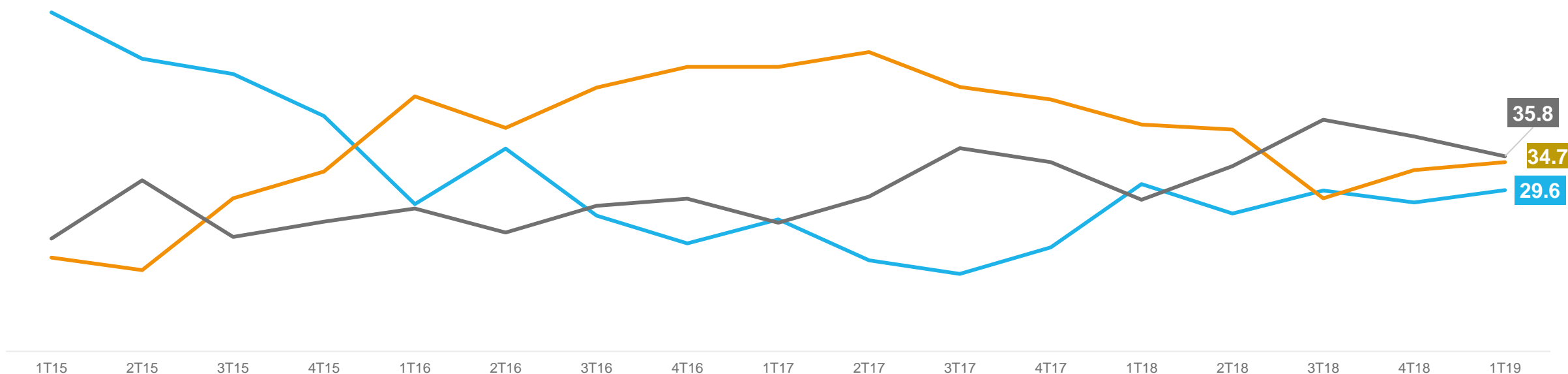


Perception de l'évolution générale de la situation du pays:

36% des Mauriciens interrogés sont indécis et ne peuvent exprimer une opinion, favorable ou défavorable, sur l'évolution générale du pays. Cela indique toujours de l'incertitude et un manque de lisibilité pour le public. Notons que le nombre d'optimistes (30%) est repassé derrière le nombre de pessimistes 35%.

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

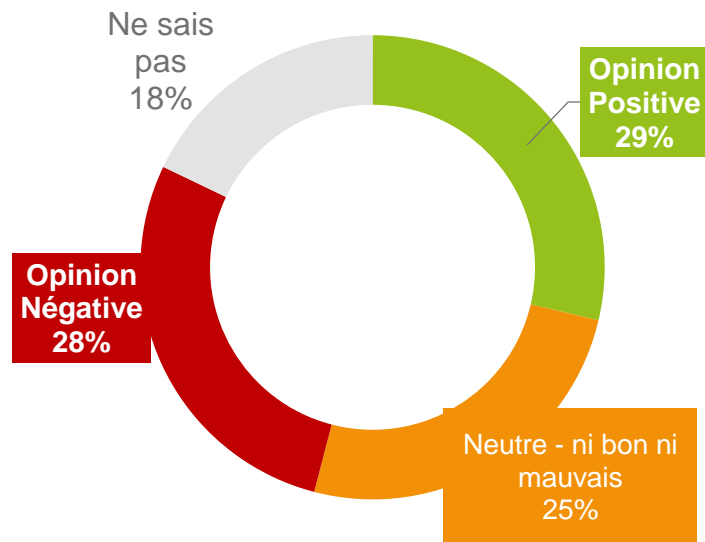
— bonne direction — mauvaise direction — ne sait pas



Une partie des Mauriciens qui jugent la situation actuelle comme bonne, voire très bonne, ont tendance à être plus indécis sur l'avenir.

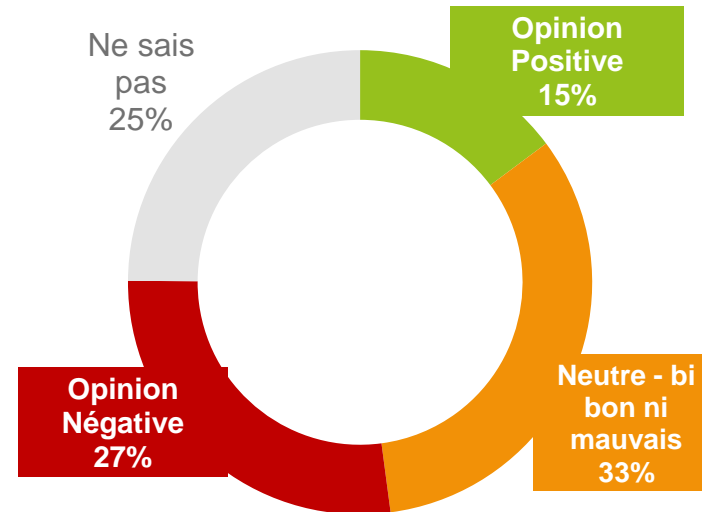
PERCEPTION ACTUELLE

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

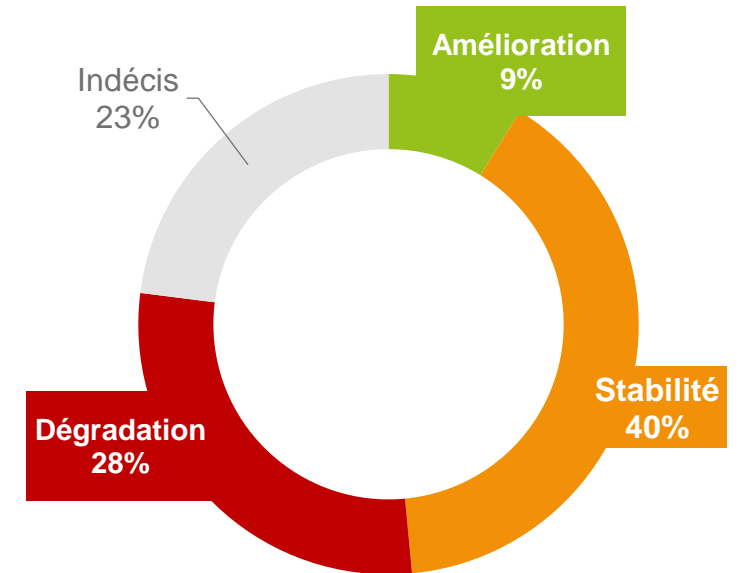


PERCEPTION FUTURE

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



Les perspectives de revenus (dans les 6 prochains mois) :

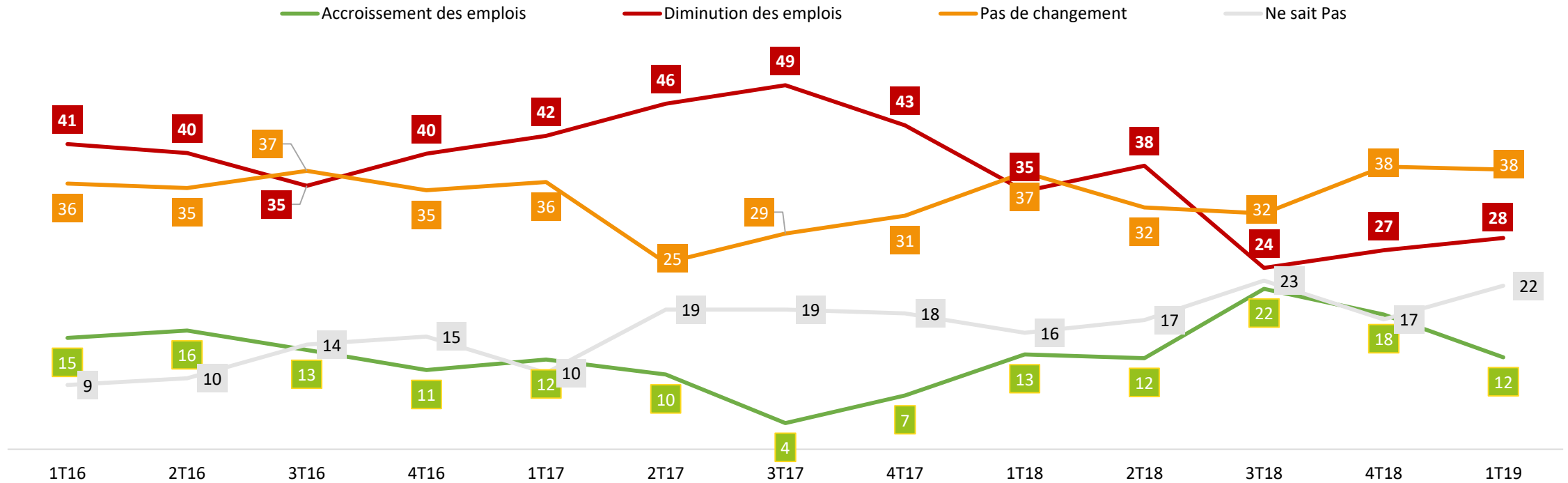


Perception des perspectives d'emplois:

La perception positive est revenue au niveau du 2^{ème} trimestre 2018.

Près de 40% des Mauriciens n'entrevoient pas de changement dans l'offre d'emplois dans un futur proche.

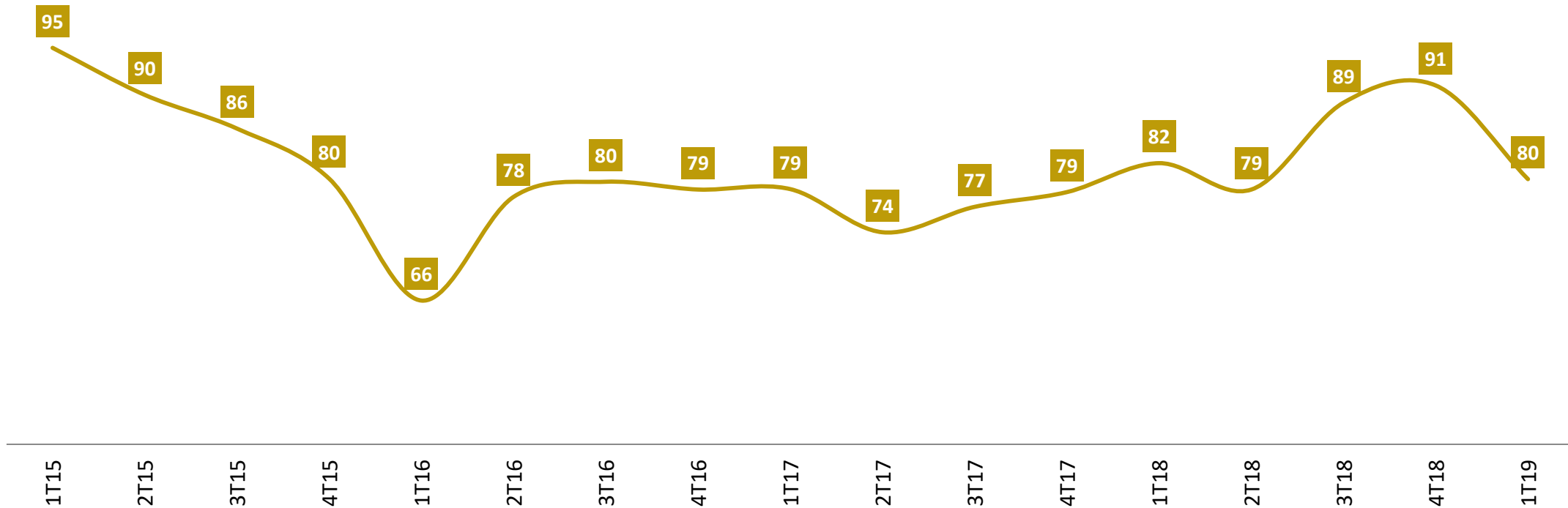
PERCEPTION DE L'ÉVOLUTION DES EMPLOIS



Perception du contexte de consommation :

Après l'euphorie de fin d'année, l'indice chute de 10 points mais le nombre d'indécis reste très important (52%)

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





We enable organisation's success offering them pertinent, reliable knowledge and directions to develop their business in the Indian Ocean and worldwide.

We are part of Kantar, one of the world's leading data, insight and consultancy companies.

KANTAR **TNS.**

**Consumer's
Specialist**

Market research
& Data Sciences

KANTAR **CONSULTING**

**Marketing
Expert**

Marketing Audit,
Strategy &
Implementation

KANTAR **MILLWARD BROWN**

**Brand Evaluation &
advertising**

Content co-creation
& Communication
assessment

T: +230 202 0055 - web: www.kantartns.io

Part of Analysis, Analysis House, Rue du Judiciaire, Ebene

Contact us : info@Kantartns.io