



Plan de sondage de l'enquête sur l'impact du COVID_19 sur la situation socioéconomique et psychologique des ménages marocains"

Présenté par : EL Houssine MISBAH

**Chef de service de l'Echantillon Maître à la
Direction de la Statistique (HCP_Maroc)**

Rabat le 1et2-12-2020



Plan

- 1. Contexte**
- 2. Principaux objectifs de l'enquête**
- 3. Type d'enquête**
- 4. Base de sondage et population cible**
- 5. Critères de Stratification**
- 6. Taille de l'échantillon**
- 7. Extrapolation des résultats**
- 8. Principaux résultats**



1.Contexte

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) a réalisé, une enquête panel en deux phases durant la période allant du 14 au 23 Avril (premier passage, avant le confinement) et du 15 au 24 Juin 2020 (deuxième passage, pendant le confinement) pour :

- **Evaluer l'impact de la pandémie de Covid19 sur la situation économique, sociale et psychologique des ménages marocains,**
- **Estimer l'effet du mode de collecte des données de l'enquête Covid_19 auprès des ménages : CAPI en face à face et CATI une fois les données de l'enquête sur les niveaux de vie sont disponibles,**



2.Principaux objectifs

Les objectifs assignés à l'enquête se résument comme suit :

- 1.** Appréhender l'évolution des comportements socioéconomiques et préventifs dans le contexte de la pandémie de COVID-19 ;
- 2.** Evaluer les répercussions de cette crise sanitaire sur les différentes couches de la population marocaine en termes d'accès à l'éducation, aux soins de santé, à l'emploi et au revenu ;
- 3.** Appréhender l'évolution des rapports sociaux dans le contexte du confinement sanitaire instauré pour lutter contre la pandémie de Covid-19;
- 4.** Saisir les effets différencié et spécifiques aux différentes catégories de la population (Hommes vs Femmes, garçons vs filles) de l'impact de la crise sanitaire.



2.Objectifs par passage (suite)

a. Premier passage :

- Niveau d'affectivité du confinement;
- Connaissance des ménages relatives au Covid_19 ;
- Approvisionnement domestique en produits de consommation et d'hygiène ;
- Sources de revenu en situation de confinement, l'accès à l'enseignement , l'accès aux services de santé,
- Réactions psychologiques.

b. Deuxième passage :

- Suivre l'évolution des comportements préventifs et sociaux (gestes barrières, consommation alimentaire, santé);
- S'enquérir sur leurs intentions de la réaction aux risques infectieux et leurs perceptions à l'égard du mode de vie en période de confinement ;
- Comprendre comment s'organisent les pratiques et les routines des membres de ménages dans le cadre du confinement : problèmes relationnels au sein du ménage et partage des tâches domestiques ;
- Individualiser les répercussions de la pandémie sur les différentes catégories de la population ciblées par l'enquête, en termes d'emploi, d'accès à l'éducation et aux soins de santé,



3.Type d'enquête

Type d'enquête : Il s'agit d'une enquête panel en deux phase pour suivre la situation des ménages, pendant et après confinement :

- **Première phase** : a concerné les ménages enquêtés dans le cadre de l'enquête sur les niveaux de vie des ménages 2019/2020, menée auprès d'un échantillon d'environ 3300 ménages sélectionnés de la base de sondage initiale, appelé Echantillon maître 2014 (EM), élaboré pour répondre aux besoins d'échantillonnage des différentes enquêtes auprès des ménages menées, par le HCP et les autres département ministériels, durant la période intercensitaire 2016-2026 sur la base des données statistiques et cartographiques du recensement de la population (RGPH2014);
- **Deuxième phase** : concerne les ménages de la première phase disposant d'un téléphone fixe ou mobile



4. Base de sondage / population cible / unité d'observation

A. Base de sondage : elle est composée des chefs de ménages marocains enquêtés dans le cadre de l'enquête ENNVM 2019/2020 et disposant d'un téléphone fixe ou/et mobile (2100 ménages urbains et 1200 ménages ruraux)

B. Population cible :

Elle est composée de chefs de ménages marocains enquêtés dans le cadre de l'enquête ENNVM 2019/2020 et disposant d'un téléphone fixe ou/et mobile. Elle est constituée de près de 2350 numéros de téléphones au niveau national (1524 urbains contre 826 ruraux)

C. Unités d'observation :

- Le ménage pour les modules concernant les dépenses de consommation, les transferts, le respect des mesures sanitaires, les perceptions....
- Les membres du ménage pour les modules concernant l'emploi, l'éducation l'accès aux soins de santé...
- Une personne de référence (une femme ou un homme) par ménage pour le module concernant les rapports sociaux: Sélection des individus par la méthode Kish (autant d'hommes que de femmes)



5. Critères de stratification

Le choix de critères permettant de scinder la population en groupes homogènes (strates) et de disposer de données récentes et fiables sur ces critères est une tâche qui demande généralement des efforts considérables (actualisation de la base de sondage) tant sur le plan méthodologique que sur celui de la collecte de données.

Au Maroc, la particularité des villes qui renferment plusieurs catégories de couches sociales pour lesquelles, synthétiser le vecteur des comportements hétérogènes sur le plan démographique et socio-économique en une caractéristique représentative fait de la stratification une tâche difficile.

Pour l'enquête Covid_19 la stratification adoptée est similaire à celle des unités de la première phase :



5. Critères de stratification (suite)

- Pour les unités urbaines, les critères utilisés sont le découpage administratif en régions, provinces et le type d'habitat dominant (Luxe, Moderne, Ancienne Médina, Nouvelle Médina, Précaire/Clandestin).
- Pour les unités rurales, en plus du découpage administratif les unités aréolaires sont stratifiées selon le type de relief (Plaines, Plateaux, Montagnes et Dunes de sable).

En plus des critères géographiques utilisés en première phase, la **post stratification** (chef de ménage joignable ou non) adoptée lors de la deuxième phase a permis d'enquêter **2350** ménages enregistrant ainsi un taux de non réponse de l'ordre de **28,8** %),



6. Taille de l'échantillon

Il est évident que la détermination de la taille de l'échantillon au niveau de la première phase dépend de plusieurs paramètres dont notamment le niveau de représentativité souhaité et la fréquence d'apparition du phénomène étudié :

n : taille de l'échantillon en termes du nombre de ménages,

Deft : effet du plan de sondage

Z : 1,96 pour un niveau de confiance de 95%

P la proportion à estimer

e : la marge d'erreur absolue

G : nombre de domaines d'étude ou nombre d'estimations souhaitées(=4 milieu (2)x sexe(2))

R : taux de non réponse

$$n = Deft \cdot Z^2 \cdot \frac{p(1-p)}{e^2} \cdot G \cdot \frac{1}{R}$$



6. Taille de l'échantillon(suite)

Selon les contraintes évoquées précédemment la taille théorique de l'échantillon première phase est de l'ordre de 3300 ménages. Selon l'expérience du HCP en matière d'enquêtes sur les niveaux de vie des ménages cette taille ne dépasse pas 3000 ménages. Par contre les enquêtes sur la consommation et les dépenses des ménages la taille théorique dépasse 15000 ménages.



7. Extrapolation des données

Les coefficients d'extrapolation qui représentent l'inverse des probabilités d'inclusion sont calculés en suivant le principe d'une enquête en deux phase :

$$\pi_k = \pi_1 \cdot \pi_2$$

Avec

π_1 : relative à la première phase

π_2 : relative à la correction de la non réponse
en termes de chefs de ménages



8.Principaux résultats

<https://www.hcp.ma/> :

- **Enquête sur l'impact du coronavirus sur la situation socio-économique sociale et psychologique des ménages marocains Note de synthèse-a2506.html ;**
- **Evolution des comportement des marocains face à la pandémie COVID-19 (a2572 . html);**
- **Répercussions de la pandémie COVID-19 sur la situation des ménages (a2574 . html);**
- **Rapports sociaux dans le contexte de la pandémie COVID-19(a2577 . html)**



MERCI DE VOTRE ATTENTION

