

Communiqué de presse
Paris, le 1^{er} février 2024

3^{EME} EDITION DE L'ETUDE DE LA DOUBLE PENALITE DE PAUVRETE EN FRANCE 2023

700 € de plus à payer par an pour les ménages les plus pauvres

70 ans après l'appel de l'abbé Pierre à la solidarité¹, l'Action Tank Entreprise & Pauvreté et La Banque Postale publient, conjointement, avec le soutien du Boston Consulting Group (BCG) une étude démontrant que les français les plus modestes paient plus cher les mêmes biens et services que le reste de la population. Pourquoi ? Parce que leurs logements sont souvent mal isolés, qu'ils sont contraints de s'approvisionner à proximité de chez eux dans des magasins plus onéreux ou doivent recourir au crédit pour accéder à certains biens d'équipement. C'est l'effet du phénomène nommé « double pénalité de pauvreté » en France.

En 2023, les ménages français les plus pauvres paient en moyenne 700 € plus cher par an l'accès aux mêmes biens et services que les consommateurs médians. Cette double peine accentue la précarité de ces ménages modestes, dont les dépenses sont déjà contraintes par le contexte inflationniste. Pour aider à trouver des solutions concrètes, l'Action Tank Entreprise & Pauvreté et La Banque Postale ont décidé d'analyser en profondeur ce phénomène.

Cette étude comprend deux volets

- **Une partie quantitative** réalisée en partenariat avec Boston Consulting Group (BCG) qui se concentre sur la comparaison entre ménages pauvres et ménages médians sur un périmètre de dix postes de dépense, couvrant 70 % du budget d'une famille représentative. Ce volet s'inscrit dans le prolongement des deux études réalisées en 2011 et 2022 et approfondit la méthodologie de calcul existante ;
- **Une enquête qualitative** menée par Opinion Way et Action Tank auprès de 1 000 ménages des deux premiers déciles de niveaux de vie en France, qui éclaire la distribution de cette double peine en fonction des profils de ménages. Ce second volet a été réalisée à la demande et avec le soutien de la Délégation Interministérielle à la Prévention et à la Lutte contre la Pauvreté.

¹ 1^{er} février 1954 : appel de l'Abbé Pierre lors de l'hiver 1954 provoquant une mobilisation sans précédent et une immense vague de solidarité.

Principaux enseignements de l'étude

- **La double peine moyenne est estimée à 700 € par an pour les ménages des 2 premiers déciles de niveau de vie**, soit 10 semaines d'approvisionnement alimentaire. 90 % de ce montant est concentré sur cinq postes de dépense : le loyer, les charges et l'énergie, la mobilité, les assurances et les emprunts.
- Ce chiffre masque cependant de **fortes disparités** de profils et de situations : **pour 1 million de Français** (soit 8% des ménages des 2 premiers déciles de niveau de vie), la double pénalité représente plus de 1 500€ par an, soit un montant deux fois plus élevé que la moyenne.
- Pour certains postes de dépenses, **des mécanismes de soutien existent** afin de réduire les dépenses des ménages les plus modestes. Cependant, **il existe d'autres leviers qui pourraient être activés par les secteurs public et privé** pour minimiser la double peine.

« Cette étude a pour objectif de factueliser et de quantifier la double peine de pauvreté. Elle révèle que ce sont les ménages les plus pauvres qui sont paradoxalement contraints de dépenser davantage, notamment pour leur habitation, leurs assurances ou encore pour leurs dépenses d'énergie » explique **François Dalens, Directeur associé senior au BCG**, *« On observe aussi que les profils cumulant plusieurs fragilités (économique, sociale, énergétique) sont plus impactés que d'autres par cette double peine. »*

*« Les prestations sociales et les offres solidaires privées jouent un rôle redistributif fort, mais sont inéquitablement réparties, indique **Jacques Berger, Directeur de l'Action Tank Entreprise & Pauvreté**. Plutôt qu'une compensation, elles agissent comme des "filets de sécurité" garantissant l'accès à certains marchés (logement locatif par exemple) sans pour autant compenser totalement l'impact de la double peine sur certains foyers les plus modestes. »*

Les mécanismes de soutien existent, mais peuvent être améliorés

Du côté des **aides publiques**, des leviers d'amélioration existent pour minimiser la double peine à la racine. Par exemple sur **les aides sociales**, 37 % des foyers éligibles n'ont jamais recours à l'APL, ce chiffre monte à 72 % pour les étudiants. Simplifier les démarches et mettre en place des attributions automatiques limiterait le taux de non-recours aux aides, avec in fine une réduction significative de la double peine sur les catégories de dépenses concernées.

Sur **les frais bancaires**, une piste envisageable serait d'améliorer la prévention de la fragilité financière afin d'éviter les frais d'incidents bancaires, en mettant en place des dispositifs de détection précoce des clients fragiles financièrement et en sensibilisant ces clients à l'offre spécifique permettant de plafonner les frais d'incidents bancaires.

« Le phénomène de la double pénalité de la pauvreté souligne la nécessité d'intégrer des critères préventifs pour détecter le plus en amont possible les clients en situation de fragilité financière. C'est le choix que LBP a fait avec 1,6M de clients fragiles qui bénéficient de notre dispositif de protection et d'accompagnement dédié » explique **Vanessa Ly, Directrice des clientèles vulnérables à La Banque Postale**. *Cela démontre également l'importance d'informer nos clients sur leur éligibilité aux aides sociales et offres solidaires concernant l'énergie, l'alimentation, l'accès à la mobilité etc. C'est tout le sens du travail mené par les conseillers de notre plateforme téléphonique de coaching budgétaire L'Appui, qui va au-delà de la mission de service public de La Banque Postale, en les accompagnant et en les conseillant au plus près afin de lutter contre les inégalités sociales. »*

Les entreprises ont également un rôle à jouer pour réduire la double peine des ménages les plus modestes.

- Si la concurrence entre acteurs peut permettre d'étoffer une gamme de produits et de services pour le même prix, ou bien de baisser les prix, ces mêmes acteurs peuvent également décider de proposer des offres solidaires et inclusives.
- Une communication transparente envers les consommateurs est essentielle pour réduire la double peine, car elle contribue à lever certains biais cognitifs qui conduisent à un surcoût. Quelques exemples mis en avant par l'étude : faire apparaître le prix total payé sur la durée d'engagement d'une facture de télécommunication, donner plus de visibilité aux simulateurs d'habitudes de consommation ou encore mieux sensibiliser aux risques et coûts du crédit à la consommation.

« *L'étude montre que les entreprises ont un rôle déterminant à jouer dans la lutte contre la pauvreté, aux côtés de l'Etat. C'est toute la société qu'il faut emmener dans ce combat.* », indique **Anne Rubinstein, Déléguée Interministérielle à la Prévention et à la Lutte contre la Pauvreté.**

Méthodologie

La double peine de pauvreté repose sur la notion de prix par unité consommée (prix par unité consommée = prix payé/unités consommées).

La présente étude repose sur une méthodologie inédite combinant un volet quantitatif réalisé par le BCG et l'Action Tank et un volet enquête réalisé par OpinionWay et l'Action Tank.

- Le volet quantitatif réalisé grâce au soutien de Boston Consulting Group (BCG) est fondé sur la littérature existante sur la double peine. Celui-ci approfondit la méthodologie des deux précédentes éditions de 2011 et 2022 et les données utilisées pour sa quantification (actualisation des données, intégrations de nouvelles doubles peines et révision des prévalences et extension aux deux premiers déciles de niveau de vie). La méthode de calcul en trois étapes repose sur le tronc commun des dépenses d'un ménage représentatif du premier décile issues de l'enquête BdF de l'Insee.
 - Étape 1 : Identification et estimation de la double peine et de sa prévalence.
 - Étape 2 : Pondération de la double peine au sein du poste de dépense.
 - Étape 3 : Pondération par le poids du poste de dépense dans le budget du ménage.
 - Résultat : Évaluation de la double peine monétaire en % du budget et en valeur.
- Le volet enquête repose sur un sondage réalisé par Opinion Way pour le compte de l'Action Tank auprès de 1000 ménages des deux premiers déciles de niveaux de vie en France (50% par internet et 50% par téléphone) représentatifs grâce à la mise en place de quotas et la réalisation d'un redressement a posteriori sur les variables de sexe, d'âge, d'activité, de régions, des aires d'attraction des villes, de niveau de vie, de statut résidentiel. Cette enquête permet de mieux cerner quelle est la réalité de la double peine des Français, en mesurant plus finement la prévalence de la double pénalité sectorielle, la distribution de la double pénalité totale, et en analysant leurs déterminants.

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 11^{ème} de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner en France 20 millions de clients particuliers, entreprises et acteurs du secteur public local, avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7 000 bureaux de poste.

Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », elle se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de ses trois marques : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale.

La Banque Postale accélère sa stratégie de diversification et développe ses métiers d'expertise, notamment dans la gestion d'actifs, l'assurance, le crédit à la consommation et la banque de financement et d'investissement.

Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale œuvre pour une transition juste en intégrant au cœur de sa gouvernance des objectifs en matière d'impact environnemental et social. Entreprise à mission depuis mars 2022 et leader de la finance à impact, La Banque Postale ambitionne d'atteindre zéro émission nette dès 2040. Elle figure aux 1^{ers} rangs des agences de notation extra-financière.

A propos d'Action Tank Entreprise & Pauvreté

L'Action Tank Entreprise & Pauvreté, association de loi 1901 reconnue d'intérêt général, est un laboratoire d'innovation sociale réunissant entreprises, acteurs publics, associations et le monde académique autour d'un objectif commun : contribuer à la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France. L'Action Tank développe 3 types de projets : des offres inclusives destinées à des publics spécifiques, conçues pour rendre plus accessibles des biens et services essentiels existants ; des pratiques professionnelles inclusives qui enrichissent les activités et métiers existants ou nouveaux, et visent un impact social ; des outils qui complètent et accompagnent les politiques publiques, conçus pour maximiser leur impact social. Accompagnant des projets de leur phase de conception à leur déploiement, l'Action Tank est engagé sur une diversité de thèmes tels que l'accès à la mobilité ou à l'emploi, l'inclusion numérique, ou la lutte contre le mal-logement. Plus de 180 000 ménages ont bénéficié des programmes de l'Action Tank au cours de l'année 2023.

A propos de Boston Consulting Group (BCG)

BCG accompagne les dirigeants du monde entier (entreprises, États, ONGs, etc.). Nous sommes à leurs côtés pour les aider à relever leurs plus grands défis. Créé en 1963, BCG a été le pionnier du conseil en stratégie. Aujourd'hui, nous aidons nos clients dans toutes leurs transformations afin d'accélérer leur croissance, renforcer leur avantage concurrentiel et générer un réel impact. La réussite des organisations passe aujourd'hui par leur capacité à associer les meilleures ressources humaines et digitales. Nos équipes apportent une expertise industrielle et fonctionnelle approfondie à nos clients. BCG propose des solutions qui s'appuient sur du conseil de très haut niveau, du design, le déploiement de nouvelles technologies ou encore la création d'entreprises digitales - en respectant toujours la raison d'être des entreprises. Nous travaillons avec nos clients selon un modèle collaboratif unique, à tous les niveaux de l'organisation.

Contacts presse La Banque Postale

Caroline Gin – caroline.gin@laposte.fr – 06 10 25 04 47

Stéphanie Noel – stephanie.noel@laposte.fr – 06 38 27 32 91

Contacts presse Action Tank Entreprise & Pauvreté

Jacques Berger - jberger@at-entreprise-pauvrete.org – 07 61 71 69 08

Contact presse Boston Consulting Group

Sarah Lauprête – lauprete.sarah@bcg.com – 06 02 08 78 28