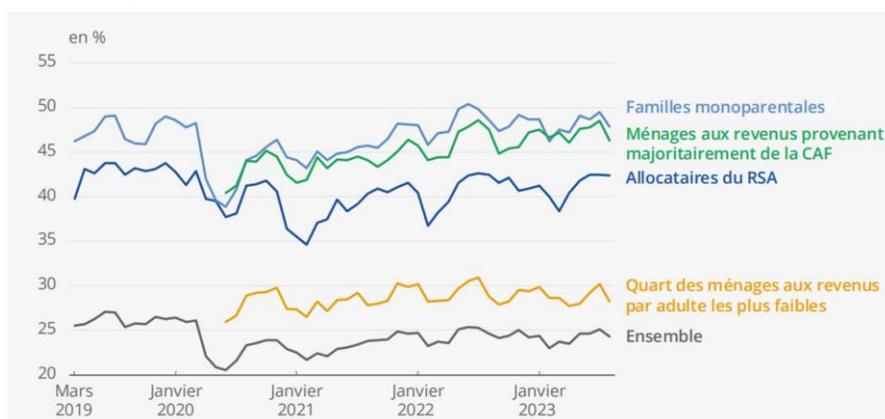


14 décembre 2023

## La situation des ménages au jour le jour (Etude Insee/La Banque Postale)

Part des ménages connaissant un découvert trois mois consécutifs.



- Dans le cadre de sa vocation de banque citoyenne et de son partenariat avec l'Insee, La Banque Postale a fourni des données anonymisées à l'Insee dans le but de lui permettre de réaliser une étude sur la situation financière des ménages ([La situation financière des ménages au jour le jour - Insee Analyses - 90](#))<sup>1</sup>. L'objet de cette étude était de caractériser la dynamique temporelle et sociale des dépenses et des découverts des ménages.
- L'analyse montre que les découverts augmentent mais restent inférieurs à leur niveau pré-crise sanitaire sauf, au sein des sous segments identifiés, pour les familles monoparentales.
- La temporalité des découverts est liée à la distance au jour de perception des revenus, avec des dépenses importantes immédiatement consécutives à cette perception.
- Les dépenses post-perception les plus élevées relativement à la moyenne sont celles d'épicerie et de vêtements, correspondant à des dépenses fortement contraintes.

Philippe Aurain.

<sup>1</sup> Tous les graphiques de ce Rebond sont issus de cette note de l'Insee.

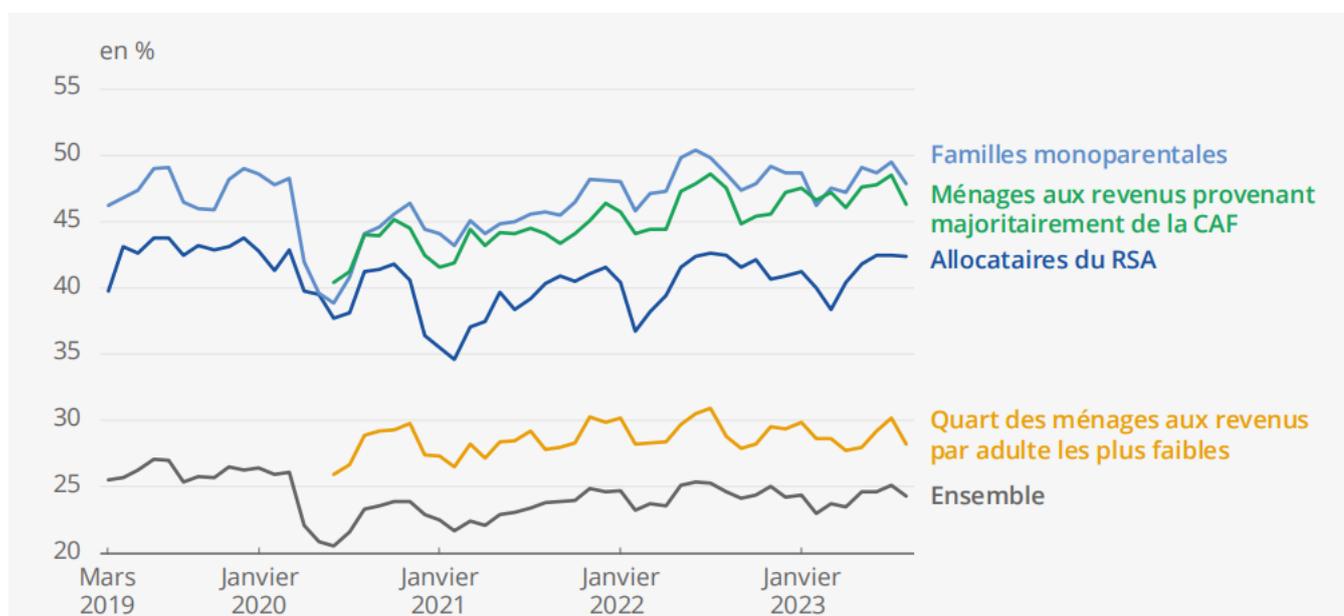
Dans le cadre de sa vocation de banque citoyenne et de son partenariat avec l'Insee, la Banque Postale a fourni des données anonymisées à l'Insee dans le but de lui permettre de réaliser une étude sur la situation financière des ménages ([La situation financière des ménages au jour le jour - Insee Analyses - 90](#))<sup>2</sup>. L'objet de cette étude était de caractériser la dynamique temporelle et sociale des dépenses et des découverts des ménages. Nous en synthétisons ici les principaux résultats.

❖ **Les découverts augmentent mais restent inférieurs à leur niveau pré-crise sauf pour les familles monoparentales.**

Un ménage est à découvert si le solde d'un de ses comptes courants est négatif. Au sein de l'échantillon de la Banque Postale, 24 % des ménages sont à découvert au moins une fois par mois pendant les trois mois consécutifs de juin à août.

La persistance du découvert est nettement plus élevée pour les familles monoparentales (48 % d'entre elles sont à découvert au moins un jour par mois au cours des trois derniers mois en août 2023) ainsi que pour les ménages dont les revenus proviennent majoritairement de prestations sociales ou familiales (46 % d'entre eux sont dans la même situation)

Part des ménages connaissant un découvert trois mois consécutifs.



**Note** : Allocataires du RSA, familles monoparentales, groupes de ménages selon les revenus ► **Définitions.**

**Lecture** : 24,7 % des ménages de La Banque Postale ont été à découvert sur un de leurs comptes au moins un jour par mois au cours des trois derniers mois en janvier 2022.

**Champ** : France métropolitaine, échantillon de clients bancarisés principaux à La Banque Postale entre janvier 2019 et août 2023, après filtrage des comptes inactifs.

**Source** : La Banque Postale ; calculs des auteurs.

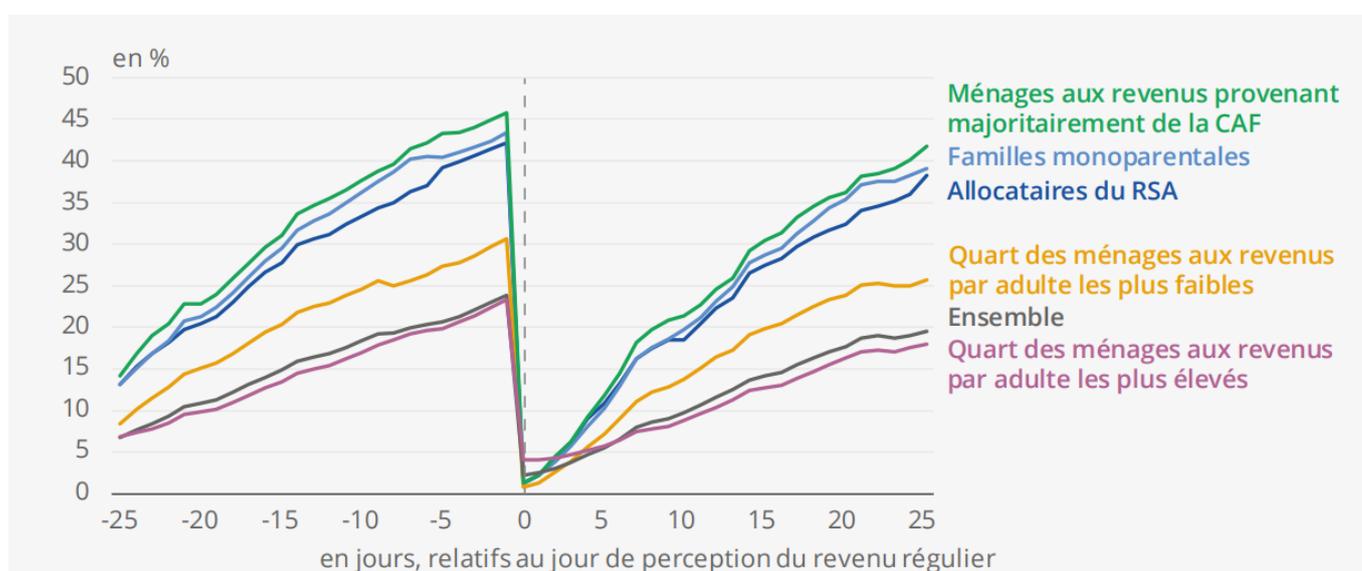
<sup>2</sup> Tous les graphiques de ce rebond sont issus de cette note Insee.

Cette proportion de ménages à découvert trois mois consécutifs a connu un point bas à la suite du premier confinement (21 %), puis a augmenté avant de se stabiliser depuis un an à un niveau légèrement inférieur à celui qui prévalait avant la crise sanitaire (24 % au premier semestre 2023, contre 26 % au premier semestre 2019). Selon cet indicateur, la situation financière des familles monoparentales se distingue et montre une détérioration depuis 2021 ; elle est un peu plus précaire qu'avant la crise sanitaire.

❖ **La temporalité des découverts est liée à la distance au jour de perception des revenus avec des dépenses importantes immédiatement consécutives à cette perception.**

Parmi les ménages identifiés comme percevant un revenu régulier (environ 80 % de l'échantillon chaque mois), un quart sont à découvert le jour précédant la perception du revenu. Cette part s'élève à 31 % parmi les ménages les moins aisés (situés dans le premier quart de la distribution des revenus des clients de la banque) et à 40% pour les familles monoparentales.

Parmi les ménages les plus aisés (situés dans le dernier quart de la distribution des revenus des clients de la banque), 23 % sont à découvert en fin de mois. Une partie des ménages aux revenus élevés disposent en effet de peu de liquidités – un phénomène documenté dans d'autres pays, qui peut s'expliquer notamment par la détention d'actifs illiquides comme les actifs immobiliers ou encore l'assurance-vie.



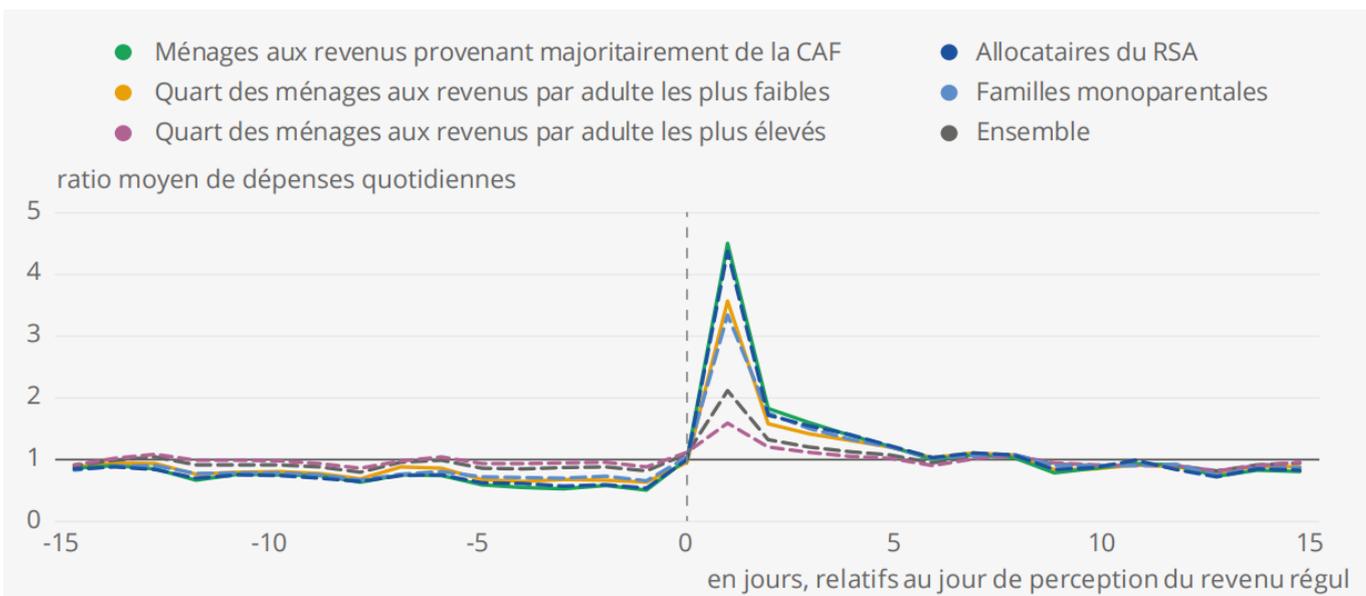
**Note :** Allocataires du RSA, familles monoparentales, groupes de ménages selon les revenus ► **Définitions.**

**Lecture :** 21,3 % des ménages de La Banque postale percevant un revenu régulier les trois derniers mois sont à découvert 4 jours avant la perception de leur revenu régulier.

**Champ :** France métropolitaine, échantillon de clients bancarisés principaux à La Banque Postale entre janvier 2019 et août 2023, après filtrage des comptes inactifs et repérage d'un revenu régulier. Période : mai 2022 – août 2023.

**Source :** La Banque Postale ; calculs des auteurs.

Le lendemain de la perception du revenu, en moyenne, les ménages dépensent deux fois plus qu'un jour moyen. Les dépenses réalisées une semaine de paie (ou assimilée) sont supérieures de 27 % aux dépenses hebdomadaires moyennes.



**Notes :** Le graphique présente la moyenne des rapports, calculés pour chaque ménage chaque mois, entre la dépense quotidienne un jour donné et la dépense quotidienne moyenne des 31 jours autour de la réception d'un revenu régulier. Un ratio égal à 1 signifie que les dépenses de ce jour sont égales aux dépenses quotidiennes moyennes ; s'il est supérieur à 1, alors les dépenses sont plus grandes ce jour qu'un jour moyen. Allocataires du RSA, familles monoparentales, groupes de ménages selon les revenus ► **Définitions.**

**Lecture :** En moyenne, les ménages de La Banque Postale dépensent 2,12 fois plus le lendemain du jour de perception d'un revenu régulier qu'un jour moyen.

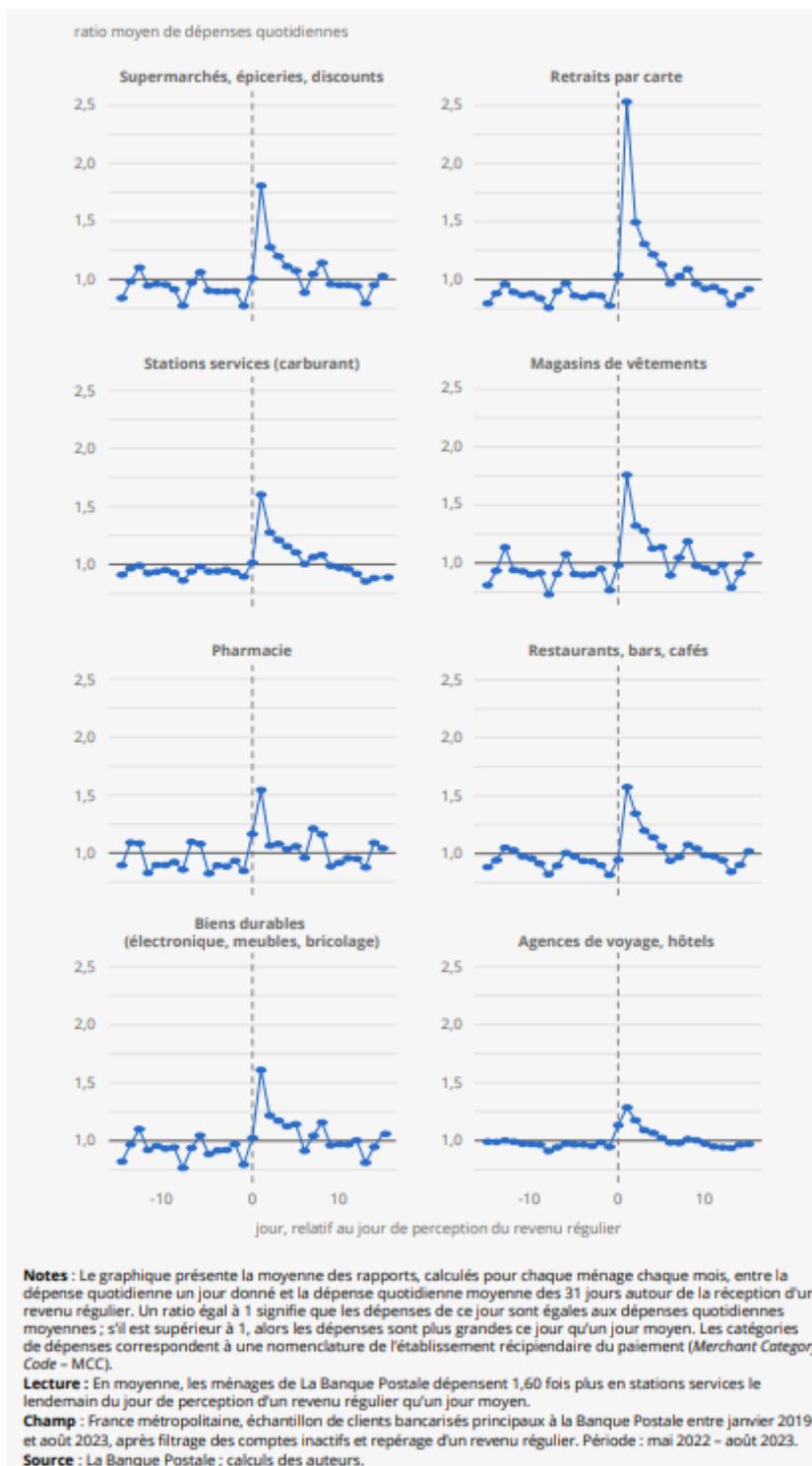
**Champ :** France métropolitaine, échantillon de clients bancarisés principaux à La Banque Postale entre janvier 2019 et août 2023, après filtrage des comptes inactifs et repérage d'un revenu régulier. Période : mai 2022 – août 2023.

**Source :** La Banque Postale ; calculs des auteurs.

Cette temporalité est cohérente avec un report contraint des dépenses de consommation par les ménages concernés. En particulier, les familles monoparentales concentrent leurs dépenses le lendemain de la perception du revenu (3,3 fois plus dépenses ce jour-là qu'un jour moyen), tout comme les ménages dont les revenus proviennent majoritairement de prestations sociales ou familiales (4,5 fois plus de dépenses ce jour-là qu'un jour moyen). Les dépenses du quart des ménages aux plus hauts revenus sont 1,6 fois plus élevées, quand celles du quart des ménages aux plus bas revenus le sont 3,6 fois plus. La semaine qui suit la perception du revenu, ces derniers ont dépensé l'équivalent de 11,2 jours moyens (soit +60 % par rapport aux dépenses hebdomadaires moyennes).

❖ **Les dépenses post-perception les plus élevées relativement à la moyenne sont celles d'épicerie et de vêtements correspondant à des dépenses fortement contraintes.**

Par rapport à un jour moyen, les dépenses effectuées dans des supermarchés, des magasins alimentaires ou de vêtements sont plus élevées de 81 % le jour qui suit la perception du revenu, celles de pharmacie (incluant la parapharmacie) de 54 %. Les dépenses effectuées en station-service augmentent, elles aussi, d'environ 60 % le jour qui suit la perception du revenu, tout comme certaines dépenses de biens durables, relatives à l'ameublement et à l'équipement du foyer (+61 %). Les dépenses dans les agences de voyage et les hôtels semblent être celles qui augmentent le moins à ce moment-là (+28 %). Dans le même temps, les retraits d'espèces augmentent substantiellement : les montants retirés dans les distributeurs sont multipliés par 2,5 le lendemain d'un jour de perception du revenu.



Direction des Finances et de la Stratégie – Direction des études économiques :

[Ouvrir ce lien pour s'abonner](#)

Les analyses et prévisions qui figurent dans ce document sont celles du service des Etudes Economiques de La Banque Postale. Bien que ces informations soient établies à partir de sources considérées comme fiables, elles ne sont toutefois communiquées qu'à titre indicatif. La Banque Postale ne saurait donc encourir aucune responsabilité du fait de l'utilisation de ces informations ou des décisions qui pourraient être prises sur la base de celles-ci. Il vous appartient de vérifier la pertinence de ces informations et d'en faire un usage adéquat.