

« Double peine » de la pauvreté

Leviers et solutions à explorer par les entreprises pour désamorcer les mécanismes

« Double peine » : ce mécanisme qui conduit à ce que les consommateurs pauvres payent les biens et services par unité de consommation plus cher que le consommateur médian. Pour compenser ce mécanisme qui pénalise lourdement et obère l'avenir de 8 millions de Français vivant sous le seuil de pauvreté, des leviers existent pour permettre aux entreprises de jouer un rôle majeur.

L'« Action Tank Entreprise et Pauvreté », association co-présidée par Martin Hirsch (président de l'Agence du service civique et ancien Haut Commissaire aux solidarités actives) et Emmanuel Faber (directeur général délégué de Danone), travaille sur les mécanismes d'aggravation de la pauvreté pour lesquels les entreprises peuvent proposer des solutions. Son mode opératoire consiste à mettre en œuvre des projets expérimentaux qui impliquent les entreprises et soient reproductibles à grande échelle.

L'Action Tank a commandité une étude au Boston Consulting Group afin d'explicitier et de quantifier le phénomène de la « double peine » qui affecte les consommateurs pauvres, pour mieux identifier sa dynamique et ses mécanismes sous-jacents et proposer des leviers d'action susceptibles de l'atténuer. L'objectif en est de sensibiliser les entreprises au rôle qu'elles peuvent jouer dans la mise en œuvre de solutions et de les inciter à agir.

Ils gagnent environ 17 000 euros par an mais en dépensent 18 600. Dure réalité pour 3,5 millions de ménages français (13 % de la population, soit près de 8 millions de personnes) vivant sous le seuil de pauvreté¹.

Derrière ces chiffres se cachent de grandes diversités de situations, pour lesquelles les modalités de consommation et les solutions de sortie de la pauvreté ne sont pas toutes identiques : 1,5 million de personnes vivent seules ; 1,6 million dans une famille monoparentale ; 2,6 millions appartiennent à des familles biparentales avec au moins deux enfants. Au total, ce sont 2,3 millions d'enfants qui grandissent au sein de ménages pauvres.

Sans surprise, les chômeurs et les étudiants sont parmi les plus touchés - respectivement 36 % et 18 % d'entre eux.

Leur point commun ? Des capacités de manœuvre budgétaire et d'épargne quasi nulles ou nulles. Leurs dépenses « contraintes », telles que le loyer ou l'emprunt immobilier, les charges d'habitation, les assurances obligatoires ou les impôts, et « nécessaires », telles que l'alimentation, le transport, la communication, la santé, représentent 70 % de leur budget. Ces dépenses ne laissent que 400 euros par mois à un ménage de 2,2 personnes pour s'habiller, se meubler ou se divertir.

Pour ces ménages, l'écart entre la dette et l'épargne – pour anticiper sur les aléas de la vie ou améliorer leurs conditions de vie – se joue ainsi, chaque mois, à quelques dizaines d'euros près.

La « double peine », facteur aggravant de la pauvreté

Confrontés à des capacités de financement extrêmement réduites, ces ménages pauvres se trouvent, dans le même temps, affectés par un mécanisme à l'œuvre dans la société de consommation qui les conduit souvent à payer plus cher que les autres ménages les mêmes biens et services par unité de consommation. Ce phénomène peut être qualifié de « double peine ». Il s'ajoute à une première peine liée à la contrainte budgétaire.

Prenons l'exemple d'un ménage avec un enfant, proche du seuil de pauvreté avec 18 500 euros

de revenu par an, celui-ci paiera son logement 52 euros le m² contre 45 euros pour un ménage médian dont les revenus s'élèvent à 40 000 euros. De même, ce ménage paiera son gaz 89,60 euros par MWh contre 84,90 euros, son assurance habitation 96 euros par pièce contre 80 euros, une heure de téléphone mobile 19 euros contre 15 euros du fait de l'utilisation d'une carte prépayée au détriment d'un forfait avec engagement de durée. Au total, la « double peine » qui touche ce ménage type représente entre 1 000 et 1 100 euros par an. Une somme colossale pour un ménage à faible revenu dont la capacité d'épargne est extrêmement limitée quand elle n'est pas nulle.

En moyenne, l'ensemble des ménages pauvres sont affectés à hauteur de 500 euros par an par le mécanisme de la « double peine ». C'est-à-dire qu'à consommation égale, ils payent en moyenne 500 euros de plus que les ménages qui vivent au-dessus du seuil de pauvreté.

Sept postes de dépenses essentiels au quotidien ont fait l'objet d'une analyse détaillée : le logement, l'alimentation, le transport, les assurances, le crédit, la communication et la santé. L'analyse a fait apparaître que, sur ces sept postes, le logement, les assurances, le crédit, la communication et la santé font l'objet d'une « double peine ».

Les mécanismes à l'œuvre

La « double peine » peut s'analyser comme un effet collatéral d'une offre de biens et services construite pour la population médiane ou de classe supérieure. Elle est en effet liée à différents facteurs non nécessairement exclusifs, constitutifs de l'offre, de sa commercialisation ou des ménages consommateurs.

Cinq facteurs permettent d'expliquer le phénomène :

En premier lieu, une **structure de coût défavorable** aux achats en petites quantités, puisque le coût unitaire de certains biens ou services fabriqués en petites quantités est supérieur pour l'entreprise. Or, les ménages pauvres consomment surtout par petites quantités. Par exemple, n'ayant pas la possibilité de souscrire un abonnement téléphonique engageant sur le long terme, ils optent pour des cartes afin d'échelonner leurs achats. Or, la minute de communication par téléphone mobile coûte 15 à 30 % plus cher en cartes prépayées que dans le cadre d'un

1. 60 % du niveau de vie médian

abonnement. Autre exemple : les charges collectives d'un immeuble, réparties en fonction du nombre de logements sans tenir compte de leur surface, se révèlent plus élevées au m² pour les petits logements, ce qui entraîne une « double peine » de + 16 % pour les ménages pauvres.

Second facteur, une **structure de prix défavorable**. Ici, le coût pour l'entreprise ne change pas, c'est son mode de tarification qui influe sur le coût du produit. Une assurance habitation s'avère plus coûteuse à la pièce ou à l'euro assuré lorsqu'il s'agit de faibles valeurs. Les logements des ménages pauvres, plus petits que la moyenne, se voient alors appliquer une « double peine » de + 20 %.

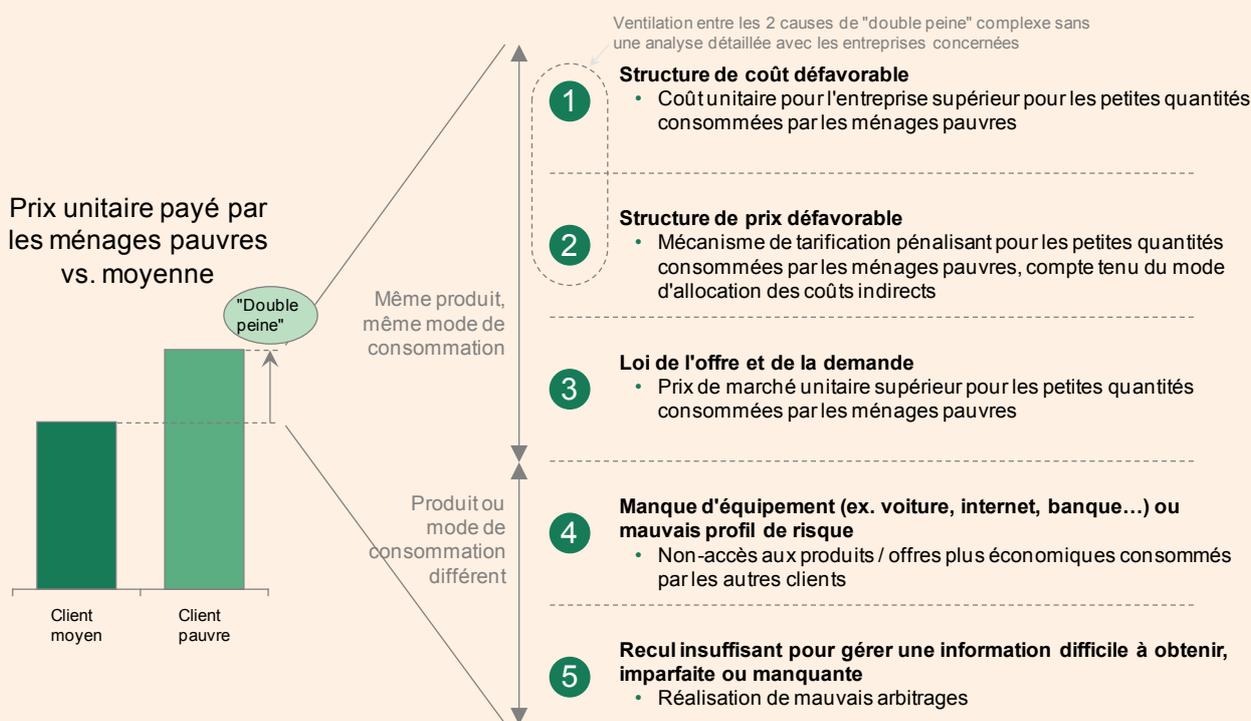
Il peut également arriver que la **loi de l'offre et de la demande** contribue à faire augmenter les prix des biens et services consommés en petites quantités, le marché étant plus tendu sur les petits volumes. C'est le cas des petits logements, traditionnellement plus recherchés. Leur prix au m² est ainsi renchéri en moyenne de 5 % pour les ménages défavorisés.

... Sans compter qu'il faut ajouter 10 points de pénalisation supplémentaires sur ces loyers à cause d'un autre effet défavorable : les ménages pauvres, avec un profil de risque plus élevé, se voient refuser les biens du parc locatif privé aux loyers les plus attractifs. Ou encore les prêts immobiliers aux taux les plus intéressants (+1 à +3 % sur les taux d'intérêt).

Les ménages pauvres n'ont pas toujours **accès aux offres les plus avantageuses**, par manque d'équipement ou parce que leur profil de risque ne convient pas. Autre exemple : le fait de ne pas avoir accès à Internet est discriminant dans la mesure où les opérateurs téléphoniques en ligne pratiquent des tarifs 30 % inférieurs à ceux des opérateurs classiques.

Enfin, les consommateurs pauvres manquent parfois de recul pour gérer ou décrypter une **information complexe**, peu lisible. Cela les contraint souvent à réaliser de mauvais arbitrages. La lecture des offres promotionnelles ne leur permet pas par exemple de calculer l'impact à terme sur leur budget, avec dans certains cas des effets à déclenchement de seuil.

Les mécanismes de la « double peine » : 5 facteurs principaux



Des leviers d'action existent

Certes, des systèmes compensatoires (aides financières, aides sociales, tarifs réduits) existent et permettent de réduire les contraintes budgétaires liées à la pauvreté et à la « double peine » qu'elle génère. Cependant, tous les ménages pauvres n'en bénéficient pas. L'étude met en évidence des leviers d'action qui permettraient aux entreprises de lutter contre ce phénomène de « double peine ». L'Action Tank est en effet convaincu que des solutions concrètes peuvent être déployées pour prendre en compte les besoins spécifiques des ménages pauvres et réduire ces écarts de coût unitaire.

Lorsque la structure de coût est défavorable, l'Action Tank suggère de restructurer l'offre via une approche « low-cost » pour les petites quantités consommées. Dans le domaine de la téléphonie mobile par exemple, qui peut générer une « double peine » de l'ordre de 150 euros par an et par ménage pauvre, une offre sans terminal ou avec un terminal recyclé ou encore une offre excluant la plage horaire la plus coûteuse - 18h00-20h00 - pourrait être imaginée.

Si c'est la structure de prix qui est défavorable, la politique de tarification peut être ajustée afin d'obtenir un niveau de marge sur coûts directs par unité de consommation équivalent pour tous les clients. Dans le domaine de l'énergie, les entreprises pourraient agir sur leur système de facturation (abonnement).

Face à la loi de l'offre et de la demande, il serait utile de participer à l'élaboration d'une offre alternative et complémentaire ; une recommandation que les entreprises peuvent appliquer au niveau du logement et du parc locatif, afin d'adapter l'offre au mode de consommation des ménages pauvres.

Deux leviers permettent de remédier aux problèmes de manque d'équipement ou de mauvais profil de risque. Le premier consiste à repenser l'offre en vue de faciliter l'accès des ménages fragiles financièrement, par exemple, via la création de forfaits téléphoniques sans engagement. Le second consiste à mettre en place une assistance pour les aider à remplir les conditions d'acceptation, similaire à un système de cautionnement pour obtenir un crédit.

Et, dans le cas où le recul s'avère insuffisant pour gérer une information complexe, la clé réside dans une information plus claire et facile d'accès, voire dans un accompagnement dédié. Ainsi, les entreprises pourraient instaurer un programme d'aide aux consommateurs pauvres dans le choix de leur forfait de téléphone ou de leur crédit en fonction de leurs besoins et de leurs ressources.

Premiers projets lancés

L'application concrète de ces solutions a déjà commencé avec la mise en place de deux projets permettant de lutter contre la pauvreté et sa « double peine » :

- ◇ « Optique Solidaire » qui vise à réduire le reste à charge des lunettes à verres progressifs des personnes de plus de 60 ans que leurs revenus excluent de la Couverture Maladie Universelle (CMU). Le projet pilote démarre à Marseille. À terme, il pourrait concerner entre 100 000 et 120 000 personnes chaque année ;
- ◇ « Téléphonie Solidaire », projet destiné à alléger le coût de la téléphonie des personnes en difficulté de paiement grâce à des cartes de téléphone prépayées à coût réduit et un accompagnement vers un usage de la téléphonie adapté à leurs besoins et moyens.

Les entreprises peuvent jouer un véritable rôle dans la compensation de la « double peine » imposée aux ménages pauvres. L'Action Tank peut les accompagner dans leurs projets de lutte contre la précarité. C'est en favorisant des expérimentations sociales, en s'attaquant aux mécanismes d'aggravation de la pauvreté, en suscitant notamment des partenariats entre entreprises, associations, pouvoirs publics et équipes d'enseignement et de recherche que la pauvreté et l'exclusion en France pourront régresser.

À propos de l'étude: méthodologie

L'étude menée par BCG s'appuie sur la dernière grande enquête détaillée de l'Insee sur les revenus et la consommation des ménages en France sortie en 2008.

Le BCG a tout d'abord mené une analyse du budget des ménages pauvres, décomposé en postes de dépenses élémentaires: puis il a sélectionné les postes de dépenses les plus pertinents à évaluer en « double peine », sur la base de leur importance dans le budget des ménages pauvres et de leur potentiel de « double peine ».

L'étape suivante de l'étude a consisté à évaluer l'écart de prix unitaire sur une sélection de catégories. À partir de l'analyse fine des dépenses, le prix d'achat unitaire de chaque catégorie a été calculé et comparé au prix pour le consommateur médian, à partir des quantités consommées (par ex. loyers/surface m²), de la courbe prix/volume (par ex. énergie) ou d'un panier de dépenses type (par ex. alimentation, santé). Ces calculs ont permis de synthétiser l'effet « double peine » pour un ménage pauvre.

L'analyse des facteurs explicatifs de la double peine a suivi. Avant de réaliser une synthèse et d'examiner des leviers à explorer par les entreprises, par catégories de dépenses, les auteurs de l'étude ont examiné les systèmes compensatoires existants et leurs seuils de déclenchement (aides sous forme de prestations sociales versées par l'État, comme les APL; aides sous forme d'avantages sociaux en nature, comme la CMU-C, l'accès au parc locatif social, les tarifs sociaux).

Remerciements

François Dalens, Directeur Associé senior au BCG
Mathieu Jamot, Principal au BCG
Sébastien Monnet, consultant au BCG
Les membres de l'Action Tank
Charles-Edouard Vincent, Emmaüs Défi et professeur à HEC
La Chaire Social Business - Entreprise & Pauvreté de HEC
Jacques Berger, Directeur de l'Action Tank
Cécile Guillet, chef de projet de l'Action Tank

À propos de l'Action Tank Entreprise et Pauvreté

L'« Action Tank Entreprise et Pauvreté » est une association qui favorise le développement par des entreprises de projets expérimentaux ayant un impact sur la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France, et susceptibles d'être déployés à grande échelle. Elle travaille avec le soutien d'entreprises comme Danone, Schneider Electric, Essilor, Lafarge, SFR.

Son Conseil d'Administration est composé de représentants des mondes économique, associatif, public et académique. Il est co-présidé par Martin Hirsch, Président de l'Agence nationale du service civique et ancien Haut Commissaire aux solidarités actives et Emmanuel Faber, Directeur général délégué de Danone.

À propos du Boston Consulting Group

Le BCG est un cabinet international de conseil en management et le leader mondial du conseil en stratégie d'entreprise. Nous travaillons avec des clients de tous les secteurs partout dans le monde pour identifier ensemble les meilleures opportunités, les aider à affronter leurs défis et faire évoluer leurs activités. À travers une approche personnalisée, nous leur apportons notre vision de la dynamique des entreprises et des marchés ainsi que notre expertise à chaque niveau de leur organisation. Nous leur garantissons ainsi un avantage concurrentiel durable, des organisations plus performantes et des résultats pérennes. Fondé en 1963, le BCG est une entreprise privée présente dans 42 pays avec 74 bureaux.

Contacts

Natacha Boigegrain,
Directrice Marketing et Communication,
The Boston Consulting Group,
boigegrain.natacha@bcg.com

Jacques Berger, Directeur,
Action Tank Entreprise et Pauvreté,
jberger@at-entreprise-pauvrete.org