

Luxembourg, le 19 octobre 2016

Selon l'enquête d'ING International Survey sur l'« helicopter money », 37 % des résidents du Luxembourg estiment que recevoir de l'argent de la banque centrale n'aura aucun impact sur l'économie

Que signifie « helicopter money » ?

L'expression « helicopter money » (hélicoptère monétaire) a été créée en 1969 par l'économiste Milton Friedman dans le cadre d'un article intitulé *The Optimum Quantity of Money* (« La quantité optimale de monnaie »). Cette notion a été réutilisée plus récemment par des économistes pour désigner un genre plus abouti d'assouplissement quantitatif, dont la version actuelle est considérée comme plus favorable pour ceux qui possèdent un important patrimoine.

La théorie est la suivante : si les ménages avaient davantage d'argent à dépenser ou moins d'impôts à payer, ils consommeraient davantage, ce qui aurait des effets positifs sur l'activité des entreprises et sur l'emploi. La perspective d'une inflation plus importante encouragerait également les consommateurs à consommer.

Friedman envisageait la possibilité de distribuer directement de l'argent aux populations, mais d'autres méthodes de financement monétaire sont également envisageables, comme le « financement direct du déficit », où l'argent est utilisé pour financer les dépenses d'État ou la construction d'infrastructures.

Résultats de l'enquête pour le Luxembourg

Si la Banque centrale européenne leur donnait 200 € de plus par mois sur leur salaire, moins d'un quart (21 %) des consommateurs luxembourgeois interrogés dépenseraient « la plus grande partie » de cet argent, contre 26 % des consommateurs européens.

Près d'un tiers (30 %) des Luxembourgeois interrogés ont déclaré qu'ils placeraient cet argent sur un compte séparé, 15 % qu'ils le conserveraient sur le compte où il a été versé et 18 % qu'ils l'utiliseraient pour rembourser leurs dettes.

Une comparaison par nationalités au sein du Grand-duché montre que 13 % des ressortissants nationaux et 8 % des résidents étrangers utiliseraient l'argent pour des dépenses absolument indispensables (par exemple : loyer, remboursement de prêt hypothécaire, alimentation, assurance), avec un résultat opposé en ce qui concerne le superflu (vacances, sorties, etc.), qui ferait l'objet des dépenses de 9 % des ressortissants nationaux et 13 % des résidents étrangers.

CONTACT PRESSE

Yves Denasi
ING Luxembourg
T +352 44 99 96 32
E yves.denasi@ing.lu
ing.lu

Profil ING

ING est une institution financière internationale d'origine néerlandaise qui offre des services bancaires par le biais de sa société opérationnelle **ING Bank** et qui détient une participation dans la compagnie d'assurance cotée NN Group NV. ING Bank a pour mission d'aider ses clients à toujours garder une longueur d'avance, tant sur le plan personnel que professionnel. Ses 52.000 employés offrent des services bancaires de détail et commerciaux à des clients répartis dans plus de 40 pays. Fort d'un réseau de 17 agences au Grand-Duché, ING Luxembourg a pour mission de répondre au mieux aux besoins très variés de sa clientèle locale et internationale, qui compte aussi bien des particuliers que des professionnels. Ses équipes sont composées de spécialistes formés aux dernières techniques de la gestion financière, qui peuvent s'appuyer sur les relations commerciales et sur l'expérience d'un grand groupe international.

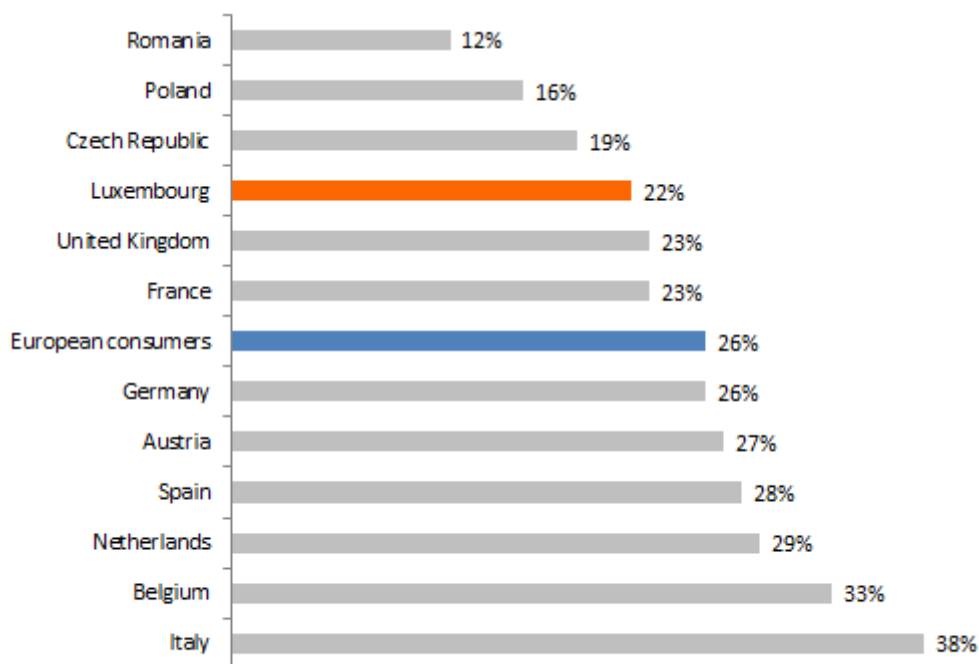
Moins de la moitié (41 %) des consommateurs du Luxembourg estiment que l' « helicopter money » serait une « bonne idée » et 21 % que ce serait une « mauvaise idée ».

L'avis d'Ian Bright, économiste senior chez ING :

« Malgré l'intention positive qui sous-tend l' « helicopter money », nos enquêtes parmi les consommateurs en Europe suggèrent qu'ils ne dépenseraient qu'une petite partie de l'argent qui leur serait remis. L'augmentation des dépenses de l'État et la distribution de bons d'achat à durée limitée pourraient être considérées comme des alternatives, mais notre étude n'a pas testé leur efficacité potentielle. »

Ian Bright interviendra lors de la 8^e édition du « Luxembourg Finance Summit », qui aura lieu le 15 novembre 2016, avec une présentation intitulée *Consumer financial fragility and the next financial crisis* (« La fragilité financière des consommateurs et la prochaine crise financière »).

Graphique : « Imaginez que vous recevez chaque mois 200 € sur votre compte en banque pendant un an. Vous êtes libre de faire ce que vous voulez avec cet argent et vous n'avez pas besoin de le rembourser ou de payer des impôts dessus. Comment l'utiliseriez-vous ? » – Pourcentage par pays qui « dépenseraient la plus grande partie de l'argent ».



Sample size: 11 795 in Europe, 500 in Luxembourg

Plus d'informations sur eZonomics.com :

https://www.ezonomics.com/ing_international_surveys/helicopter-money-2016/

CONTACT PRESSE

Yves Denasi

ING Luxembourg

T +352 44 99 96 32

E yves.denasi@ing.lu
ing.lu

Profil ING

ING est une institution financière internationale d'origine néerlandaise qui offre des services bancaires par le biais de sa société opérationnelle **ING Bank** et qui détient une participation dans la compagnie d'assurance cotée NN Group NV. ING Bank a pour mission d'aider ses clients à toujours garder une longueur d'avance, tant sur le plan personnel que professionnel. Ses 52.000 employés offrent des services bancaires de détail et commerciaux à des clients répartis dans plus de 40 pays. Fort d'un réseau de 17 agences au Grand-Duché, ING Luxembourg a pour mission de répondre au mieux aux besoins très variés de sa clientèle locale et internationale, qui compte aussi bien des particuliers que des professionnels. Ses équipes sont composées de spécialistes formés aux dernières techniques de la gestion financière, qui peuvent s'appuyer sur les relations commerciales et sur l'expérience d'un grand groupe international.