



Munich Personal RePEc Archive

Rethinking Communication in Monetary Policy: Towards a Strategic leaning for the BCC

KIBADHI, Plante and PINSHI, Christian P.

Central Bank of Congo, University of Kinshasa

1 June 2020

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/101449/>
MPRA Paper No. 101449, posted 02 Jul 2020 05:42 UTC

Repenser la communication dans la politique monétaire : Vers une orientation stratégique pour la BCC

Plante M. Kibadhi¹ et Christian P. Pinshi²

¹ Conseiller, Banque centrale du Congo, plante@bcc.cd. Kibaplante@gmail.com

² Chercheur, Université de Kinshasa. Christian.pinshi@unikin.ac.cd

Les opinions exprimées sont celles des auteurs et ne doivent pas être attribuées à la Banque centrale du Congo.

Nous remercions Magdalena Szyszko pour ses remarques et commentaires pertinents.

Résumé

La capacité d'une banque centrale à influencer sur l'économie dépend de sa capacité à gérer les anticipations du grand public et du système financier quant à l'évolution future des indicateurs macroéconomiques. La stratégie de communication (en ce temps de crise et d'incertitude) accroît la transparence, améliore la compréhension et le soutien du grand public à la politique monétaire et à la responsabilité démocratique de la Banque centrale du Congo (BCC), servant à la convergence vers l'équilibre des anticipations. Ce papier approuve qu'une orientation stratégique de communication, axée sur des messages cohérents, peut contribuer à briser les anticipations pessimistes, maintenir la confiance, réduire le coût de la crise et stabiliser l'économie. En conclusion l'article suggère une douzaine des recommandations, pour pouvoir renforcer et réorienter la stratégie de communication de la BCC et contribuer à l'efficacité de la politique monétaire.

Mots clés : Communication, politique monétaire

Code Jel : E58

Abstract

The ability of a central bank to influence the economy depends on its ability to manage the expectations of the general public and the financial system regarding the future development of macroeconomic indicators. The communication strategy (in this time of crisis and uncertainty) increases transparency, improves public understanding and support for the monetary policy and democratic accountability of the Central Bank of Congo (BCC), which serves to convergence towards the balance of expectations. This paper approves that a strategic communication orientation, focused on coherent messages, can help break down pessimistic expectations, maintain confidence, reduce the cost of the crisis and stabilize the economy. In conclusion, the article suggests a dozen recommendations, to be able to strengthen and redirect the BCC's communication strategy and contribute to the effectiveness of monetary policy.

Keywords : Communication, Monetary policy

JEL Code : E58

“Parce que les principaux décideurs d’une économie sont tournés vers l’avenir, les banques centrales affectent l’économie autant par leur influence sur les anticipations que par les effets indirects du mécanisme de transmission des banques centrales dans le marché de l’argent au jour le jour”

Michael Woodford

“L’époque où les banques centrales pouvaient se laisser voiler le secret est révolue depuis longtemps”

Jens Weidmann

“Les communications ont une source qui véhicule un message via un canal ou un support à une destination qui vise à créer l’effet souhaité”

Aslisen Tasbasi

1. Introduction

Ces vingt dernières années ont été marquées par une augmentation spectaculaire de la vitesse, de la portée et du volume des communications. La rapidité avec laquelle évoluent les nouvelles technologies médiatiques de la communication, conduit vivement à s'interroger sur la capacité de nos moyens actuels d'information (Buda, 1997). De nos jours, aucune institution importante qu'elle soit publique ou privée, que ce soit une banque centrale ou un club de sport ne peut survivre sans un bureau de presse et/ou un service de communication (Issing, 2005). Les banques centrales s'orientent vers la communication comme un instrument stratégique et important pour influencer sur l'économie et gérer les anticipations des agents économiques quant à leurs décisions futures. Dans le domaine de la politique monétaire, la communication avec la population n'est plus un débat mais plutôt une obligation. Elle est de plus en plus considérée comme un outil stratégique à part entière. Bien sûr, elle ne peut jamais se substituer à des politiques de qualité, mais si les mesures économiques ne sont pas comprises et acceptées par les personnes qu'elles affectent, elles sont plus susceptibles d'échouer ou même de s'effondrer. Ce principe s'applique également à d'autres politiques structurelles et conjoncturelles et même au système financier. Avec la prolifération des réseaux sociaux, il n'y a jamais eu autant de citoyens qui donnent leur avis sur les choix de politiques et de mesures macroéconomiques, et partout dans le monde, ils attendent des décideurs qu'ils soient plus transparents et prennent leurs responsabilités. En conséquence, la pression monte pour que les autorités expliquent mieux leurs actions à un public plus large et prouvent qu'elles méritent leur soutien. En d'autres termes, ils doivent redoubler d'efforts pour se faire entendre, se faire comprendre et susciter la confiance, qui est un élément clé pour gérer les anticipations et la stabilité macroéconomique (Rice et Stankova, 2019).

L'élaboration d'une politique monétaire optimale (simultanément d'une croissance économique durable et d'une stabilité des prix)³ dépend essentiellement de la façon dont les ménages, les entreprises et les institutions de dépôts (système bancaire) forment leurs anticipations quant à l'avenir (Mishkin, 2008). Cette prise en compte du rôle central des anticipations dans les résultats macroéconomiques a conduit à la découverte du problème de l'incohérence temporelle, lequel sape la confiance en cas de non réalisation de l'objectif. Pour inhiber ce problème d'incohérence temporelle, il faut une grande transparence (Szyszko et Próchniak, 2018), combinée à une indépendance légale et réelle des banques centrales. Ceci montre l'importance de la responsabilité et de la communication. Les banques centrales communiquent avec de nombreux groupes différents d'acteurs économiques, nous ciblons deux de ces groupes essentiels à la conduite de la politique monétaire, à savoir les acteurs des autres institutions de dépôts (les banques, les institutions de microfinances, les coopératives, ...) d'une part, et le grand public d'autre part. Dans ce contexte, développer une stratégie de communication sur la politique monétaire qui clarifie simplement les choses quant à la stabilité macroéconomique, en d'autres termes qui répond aux attentes des opérateurs économiques et du grand public peut avoir des effets puissants. Ben Bernanke (2013), gouverneur de la Réserve Fédérale, soutient cette thèse selon laquelle, les anticipations du public concernant les futures actions de politique monétaire sont importantes aujourd'hui, car ces anticipations ont des effets importants sur les conditions financières, qui à leur tour affectent la production, l'emploi et l'inflation au fil du temps. L'objectif d'une communication plus intensive d'une banque centrale sera d'assurer une plus grande transparence. Cela permet aux banques centrales de rendre davantage de comptes au public, en expliquant sa politique monétaire et ses décisions de manière compréhensible. Ceci, renforce la confiance du public, dans sa capacité

³ Pour plus de détails sur la favorabilité de la stabilité des prix pour une croissance durable, lire Ilunga et Pinshi (2018).

à remplir sa mission d'assurer la stabilité des prix. Cette confiance est l'actif le plus précieux d'une banque centrale. Ainsi, la communication est devenue un aspect de plus en plus important (Blinder et al. 2008) dans l'élaboration et la conduite de la politique monétaire.

L'expérience a montré qu'une communication claire et de qualité est un instrument très puissant pour les banques centrales car elle influence les anticipations et stabilise les prix (Bulíř et al. 2013). La communication de la BCC a subi plusieurs développements, notamment avec la diffusion sur internet du rapport annuel, la publication du rapport sur la politique monétaire, les notes de conjonctures, la publication sur les déclarations post-réunion du comité de politique monétaire (CPM), les conférences de presse, etc. Ce développement du point de vue de communication de la BCC exprime le caractère et le désir de rendre transparent la conduite de sa politique monétaire et renforcer la confiance au sein du grand public et des institutions de dépôts, également, ça facilite aussi aux chercheurs et étudiants de faire leurs recherches avec un maximum d'informations.

Malgré cette prouesse de progrès de la communication, la BCC a encore du fil à retordre pour former un cadre stratégique de communication et devrait courir plus vite qu'Achille pour atteindre la tortue. Comparativement aux autres banques centrales (FED, BCE, BOJ, Banque du Canada, etc.), en matière de communication, la BCC devrait fournir beaucoup d'efforts pour harmoniser et développer un mariage de confiance avec le public, car sur un quartier de Kinshasa, 1 sur 1000 personnes connaît l'objectif final de la BCC. Selon les perceptions analytiques, cette situation ne favorise pas l'efficacité de la politique monétaire et n'assure pas la confiance. Ce manque de cadre de communication est associé à quelques échecs de la communication de la BCC (Pinshi, 2020), notamment, le retard accumulé au fil des années sur la publication du rapport annuel, (il faudrait noter qu'un rapport annuel qui est toujours publié avec un retard d'au moins une année fauche les analyses et les perceptions en termes de responsabilité et d'engagement) ; un déficit extrême des séries de publication et des travaux de recherche disponibles sur le site (working paper, bulletin, revue de la politique monétaire et de la stabilité financière, etc.) ; la non adaptation du site, relativement à celle des autres banques centrales, telles que la Fed, la Banque de France, la Banque du Canada et/ou la Banque d'Angleterre etc. ; le manque des bases des données statistiques disponibles sur le site, à série longue et /ou téléchargeable au format Excel et toutes autres informations contenant tous les comptes rendus, déclarations et discours des gouverneurs.

Eu égard à cette inefficacité stratégique de la communication, ce papier vise à promouvoir l'importance de la communication pour la BCC dans la définition de sa politique monétaire et également proposer un nouvel angle stratégique par le biais de la communication. Cette dernière pourrait juguler les anticipations inflationnistes et du taux de change qui frappent l'économie, d'une part, de l'instabilité macroéconomique et monétaire, et d'autre part, de la crise de la confiance, et enfin réduire le coût de la crise liée à l'incertitude de la COVID-19.

Cet article se déroule comme suit : nous fournissons brièvement une revue de littérature de la communication des banques centrales dans la section 2. La section 3 cadre l'importance opérationnelle de la communication. La section 4 analyse la stratégie de la communication et son effet sur les institutions de dépôt et le grand public. La section 5 parle de la communication comme un outil atténuation de la crise. La section 6 conclut.

2. Revue de littérature

L'efficacité de la politique monétaire pourrait être renforcée par le truchement d'une bonne stratégie de communication. En effet, Woodford (2005) soutient qu'une stratégie de communication efficace est cruciale pour toute banque centrale pour réussir à résoudre les

problèmes typiques auxquels elle est confrontée. Avec une bonne stratégie, la politique monétaire devient plus prévisible et inspire plus de confiance. Pour cette raison, plus la banque centrale utilise une communication efficace en fournissant aux maximum les informations liées aux mesures, plus l'impact sur l'économie serait efficace. Le débat sur la stratégie de communication a donné naissance à une énorme nouvelle littérature scientifique sur la communication des banques centrales. Bernanke et al. (1999) ont souligné l'importance de la communication pour une stratégie efficace des banques centrales. Les communications des banques centrales ont subi une révolution majeure, Davis et Wynne (2016) ont analysé l'impact de la communication pour les banques centrales via le canal de la déclaration post-réunion du comité de politique monétaire de la Fed. Leurs résultats ont montré que les déclarations de la Fed, suite à une décision ont d'une importance directe dans l'atténuation des chocs. Ehrmann et Fratzscher (2007) ont cherché à quantifier la façon dont les banques centrales communiquent. Ils ont examiné les communications par le biais des discours des membres du comité de politique monétaire et des conférences de presse post-réunion. Ils ont documenté comment certaines caractéristiques de ces communications, telles que la mesure dans laquelle les membres du comité s'accordent sur les perspectives économiques dans leurs discours ou fournissent des perspectives similaires pour la politique monétaire.

Plusieurs chercheurs ont analysé l'importance de la communication dans la gestion des anticipations et l'efficacité stratégique des banques centrales (Issing, 2005 ; Başkaya et al. 2008 ; Yellen, 2011 etc.). Comme la communication est capable de guider les anticipations, la politique monétaire devient plus prévisible et, par conséquent, la communication devient un outil important pour les banques centrales qui affectent l'économie à travers les anticipations des agents (Gürkaynak et al. 2005 ; Montes et Nicolay, 2014). Jansen et De Haan (2007) ont mis en évidence une relation négative entre la communication de la BCE concernant les risques pour la stabilité des prix (mesurés sur la base de la fréquence des discours et de la force du mot clé du gouverneur « vigilance ») et les variations de l'inflation d'équilibre de la zone Euro. Les travaux de Kahveci et Odabaş (2016) ont proposé un examen sémantique des déclarations de politique monétaire de la Réserve Fédérale américaine, de la Banque centrale Européenne et de la Banque centrale de la République de Turquie afin d'observer le changement de ton des déclarations de politique monétaire avec les mouvements vers une plus grande transparence. Ils ont examiné les déclarations de politique monétaire de ces trois banques centrales dans les années précédant la crise financière internationale et comparé les spécificités de la langue utilisée avant et après la crise. Leurs résultats ont montré que le ton optimiste de la FED a diminué au cours de la période étudiée tandis que le ton de certitude a augmenté. Quant à la BCE et la Banque centrale de la République de Turquie, il n'y a pas de différence de tonalité significative dans la certitude, l'optimisme et le réalisme dans le temps. Cependant, pour les déclarations des deux dernières années de la Banque centrale de la République de Turquie, il y a une augmentation significative du ton optimiste. L'étude d'Ullrich (2008) a analysé le contenu informatif des déclarations introductives mensuelles du Gouverneur de la BCE expliquant les décisions de taux directeur concernant les anticipations d'inflation des experts du marché monétaire pour la zone euro. Des estimations sont effectuées pour déterminer l'influence de la communication de la BCE sur la formation des anticipations ainsi que l'influence d'autres variables macroéconomiques. Les résultats suggèrent que l'indicateur développé pour mesurer le contenu informationnel de la rhétorique de la BCE contribue à l'explication de la formation des anticipations d'inflation. Par ailleurs, les résultats indiquent qu'une communication qui montre un resserrement monétaire augmente les anticipations d'inflation pendant six mois. Cela est dû au contenu sur le risque d'inflation obtenu dans un communiqué.

Shapiro et Wilson (2019) ont utilisé des techniques d'exploration de texte pour analyser les transcriptions des réunions du comité de politique monétaire de la FED (FOMC), les procès-verbaux

de leurs réunions ainsi que les discours des membres du FOMC. Ils ont extrait une mesure du sentiment de politique monétaire du groupe de documents examinés et ont montré que les sentiments négatifs du FOMC étaient inversement liés à la croissance économique. De même Luangaram et Sethapramote (2016) ont également analysé la relation entre la communication de la Banque du Japon et les performances macroéconomiques au Japon. Ils ont extrait des indicateurs textuels utiles des documents de politique monétaire de la Banque en utilisant des techniques d'exploration de texte. Ils ont constaté que l'inclusion d'indicateurs de communication des banques centrales dans leur modèle augmentait la réponse de la production à une modification du taux directeur. Omotosho et Tumala (2019) ont aussi utilisé des techniques d'exploration de texte pour analyser la stratégie de communication de la Banque centrale du Nigéria. Dans leur étude ils exploitent les communiqués de la politique monétaire publié après chaque réunion du comité de politique monétaire comme un outil important de communication et construisent un corpus basé sur 87 communiqués de politique avec un total de 123 353 mots. Ils ont ensuite examiné la lisibilité, les sentiments et les sujets des articles publiés par les chercheurs et agents de la Banque centrale du Nigéria sur la politique monétaire. Ils ont trouvé que les structures de mots et de phrases des communiqués de politique monétaire sont devenues plus complexes, réduisant ainsi sa lisibilité. En ce qui concerne les sentiments de politique monétaire, ils ont montré un score net moyen de -10,5%, reflétant le niveau d'incertitudes politiques auquel est confronté le comité de politique monétaire. De plus, les résultats de leurs travaux indiquent que les sujets qui orientent le contenu linguistique des communiqués ont été influencés par les objectifs de la Banque ainsi que par la nature des chocs qui frappent l'économie.

Filardo et Guinigundo (2008) ont exploré la nature de l'évolution de la communication des banques centrales d'Asie-Pacifique et rendent compte des résultats de leur enquête qualitative d'auto-évaluation des pratiques de communication dans la région. L'enquête a révélé un ensemble assez sophistiqué de stratégies de communication dans la région. Cela reflète les efforts conscients accrus au sein du comité d'élaboration des politiques pour communiquer clairement les informations pertinentes pour capter les marchés financiers, les médias et le grand public. Ils ont trouvé comme résultat, qu'une plus grande transparence et communication a non seulement permis aux marchés financiers et au public de mieux anticiper l'orientation de la politique monétaire, mais ont également facilité la tâche d'expliquer l'orientation de la politique monétaire et sa justification, pour les autorités monétaires. Ils ont également prouvé que le mouvement vers une plus grande transparence a effectivement conduit à moins de désaccord sur les perspectives d'inflation. Néanmoins, Ils ont pensé sur une large amélioration des stratégies de communication des banques centrales de la région. Ils ont conclu qu'augmentation du niveau d'alphabétisation économique de la population dans son ensemble aiderait certainement les banques centrales à mieux communiquer avec le public.

Binette et Tchebotarev (2019) ont étudié la stratégie de communication de la Banque du Canada en calculant la lisibilité du rapport sur la politique monétaire. Leurs résultats ont montré que les rapports publiés sur la politique monétaire étaient légèrement plus compliqués à comprendre pour un Canadien moyen. Ils ont également montré que d'importants événements macroéconomiques au Canada étaient associés à des niveaux accrus d'innovation lexicale dans les rapports sur les politiques. Du même ordre idée, Coenen et al. (2017) ont étudié la lisibilité des déclarations de politique monétaire de la BCE et ont montré que les déclarations du Gouverneur sur la politique monétaire de la BCE sont devenues plus faciles à comprendre au fil du temps. Cieslak et Schrimpf (2018) ont quantifié l'importance des informations non monétaires dans la communication avec la banque centrale. Ils ont trouvé que les informations non monétaires prévalent dans environ 40% des annonces de décisions politiques de la FED et de la BCE, et cette fraction est encore plus élevée

pour les communications qui fournissent un contexte aux décisions politiques telles que les conférences de presse. Ils ont montré que les informations non monétaires représentent une part importante de la réaction des marchés financiers pendant la crise financière et au début de la reprise, tandis que les chocs monétaires prennent de l'importance depuis 2013.

En utilisant un ensemble de données de Google Analytics sur le trafic du site Internet de la BCE et en appliquant une identification à haute fréquence, Jung et Kühl (2020) ont examiné empiriquement l'influence de la communication de la BCE sur la demande du public pour les informations sur la politique monétaires. Ils ont trouvé résultat que les chocs de politique monétaire de la BCE stimulent sa demande d'informations et que la réponse du public varie en fonction de la taille de ces chocs. Ils ont constaté que la demande d'informations suit une tendance à la hausse et répond positivement à l'incertitude économique. Ils ont également confirmé les conférences de presse de la BCE jouent un rôle exceptionnel en tant qu'événement central de communication.

Eusepi et Preston (2010) ont étudié le rôle de la communication des banques centrales dans la stabilisation des anticipations des agents. Il a été constaté que la règle de Taylor n'est pas suffisante en soi pour assurer la stabilité macroéconomique sans une stratégie de communication efficace sur la politique monétaire. En d'autres termes, le principe de Taylor ne réussit à ancrer les anticipations du système bancaire et du grand public que lorsque la stratégie de communication de la banque centrale implique de présenter les détails précis de la politique monétaire. Contrairement à Eusepi et Preston (2010), Amato et Shin (2003), Hellwig (2002) et Walsh (2007), montrent qu'une transparence totale sur les prévisions de la banque centrale n'est pas toujours souhaitable car les agents privés peuvent réagir de manière excessive aux signaux publics bruyants et sous réagir à des informations privées plus précises.

Les études sur l'analyse de la communication des banques centrales en République démocratique du Congo (RDC) sont encore relativement rares et maigres. Pinshi (2020) a analysé sur base de faits, l'implications de la communication des banques centrales pour l'efficacité de la politique monétaire en RDC et la gestion des anticipations. Il a proposé un renforcement de communication pour la BCC, en soutenant l'utilisation des langues nationales, comme le lingala, dans les conférences de presse et discours, et en utilisant un maximum d'émissions télévisées sur les mesures des politiques dans la stabilisation économique.

Au final, la littérature semble désormais s'accorder sur le fait qu'une communication efficace avec la banque centrale est importante pour façonner les anticipations, assurer la stabilité macroéconomique, améliorer la prévisibilité des futures décisions de politique monétaire et renforcer le dialogue politique avec le public.

3. Pourquoi /Quoi / Comment communiquer ?

Les banques centrales jouissent d'une autonomie substantielle dans l'exécution de leur mission, il est démocratiquement légitime pour le public de comprendre les actions de la banque centrale, surtout que durant ces dernières décennies les attentes en matière de politique sont importantes. Le développement et la nouvelle technologie du système financier a rendu plus difficile le fonctionnement des mécanismes de transmission et, le degré du pass-through du taux d'intérêt est très faible pour réguler l'économie. Une stratégie de communication pourrait couvrir cette inefficacité et ancrer la confiance.

La communication de la banque centrale est définie comme la fourniture d'informations par la banque centrale au grand public sur des questions telles que les objectifs de la politique monétaire, la stratégie de politique monétaire, les perspectives économiques et les perspectives de décisions politiques futures (Filardo et Guinigundo, 2008). Sur ce, il est important de répondre aux trois questions : Pourquoi communiquer ? /Quoi communiquer ? /Comment communiquer ?

Pourquoi Communiquer ? La croissance remarquable de l'accent mis sur la communication des banques centrales dans la littérature sur la politique monétaire et la pratique des banques centrales fait désormais de la communication est instrument incontournable et puissant. Actuellement, la capacité des banques centrales à influencer l'économie réelle dépend dans une large mesure de leur compétence vis-à-vis des anticipations des institutions financières, des entreprises et du grand public. Un ensemble complet de politiques actuelles et futures pour le grand public est essentiel pour l'efficacité de la politique monétaire. À cet égard, on considère que la politique monétaire devient progressivement l'art de gérer les anticipations (Al-Mashat et al., 2018). La raison de communiquer pour les banques centrales est motivée par une augmentation de la transparence des actions de politique monétaire. Une transparence accrue est utile pour améliorer la compréhension et l'appui du grand public à la politique monétaire et à la responsabilité démocratique de la banque centrale. Elle (communication) peut améliorer l'efficacité de la politique en encourageant un comportement dans les salaires et les prix et sur le système financier qui devrait aider la banque centrale à atteindre ses objectifs de stabilisation des prix et de lissage des fluctuations économiques. Elle peut également améliorer la prévisibilité des actions des banques centrales et augmenter l'indépendance des banques centrales, de sorte que la banque centrale fournira aux acteurs économiques sa propre vision des facteurs fondamentaux qui guident la politique monétaire, conduisant à la création d'un cycle vertueux. La communication amplifie la crédibilité, au moyen d'une autodiscipline croissante et améliore les anticipations de politique monétaire à moyen terme (Tomuleasa, 2015).

Quoi communiquer ? Quels types de communication spécifiques des banques centrales sont les plus importants ? Il est possible de distinguer au moins quatre grandes catégories d'émissions, sur lesquelles une banque centrale peut envisager de révéler plus ou moins au public. La première, les objectifs et les stratégies ; la deuxième, les motifs d'une décision politique particulière ; la troisième, il s'agit des perspectives économiques globales, l'évaluation des indicateurs futurs et de l'activité économique ; la quatrième, les projections et futures décisions de politique monétaire (Blinder et al. 2008). Voilà les informations que doivent fournir les banques centrales en termes d'une bonne stratégie de communication. L'importance stratégique du contenu de chacun de ces messages vient de la capacité de la banque centrale à manipuler les actions des agents économiques. Ce type de communication accroît l'engagement général de la banque centrale sur la transparence et la responsabilité. De plus, il sied de signaler que de nombreuses banques centrales recherchent activement des opportunités pour devenir encore plus ouvertes, telles que la publication de déclarations plus articulées qui accompagnent les décisions politiques et la publication de rapports de suivi pour fournir des informations plus analytiques.

Cependant, les difficultés liées à l'étalonnage précis des quantités et des types d'informations à divulguer sur les différents aspects du processus de l'élaboration de la politique monétaire. Une partie de la difficulté provient des différents publics ayant des capacités et des niveaux d'intérêt différents. Ainsi, outre les coûts de collecte, de collationnement, d'édition et de diffusion des informations, les banques centrales doivent dépenser des ressources pour évaluer et suivre en permanence les besoins d'information des différents publics, d'autant plus que ces besoins évoluent avec le temps.

De plus, le principale défis viendra de la compréhension par le public des objectifs de la banque centrale et de son interprétation de l'économie, actuelle et future (Carpenter, 2004), cela demandera une capacité de la littératie de la population, or cela semblerait difficile pour le public des pays sous développé à comprendre les enjeux économiques et les décisions prises par la banque centrale⁴. Pinshi (2020), propose une solution à cette situation en suggérant aux banques centrales, plus précisément pour le cas de la BCC de publier de déclarations et synthèses sur l'élaboration de la politique monétaire actuelle et futur en langue nationale, qui est le langage facile pour les grands publics. Ceci pourrait être faisable dans beaucoup des pays en développement et sous-développés, surtout pour les économies Africaines.

Comment communiquer ? Les banques centrales sont également confrontées au défi de choisir le meilleur moyen et les modalités par lequel les informations doivent être transmises. En effet, chaque banque centrale est confrontée à la réalité de son économie, bien qu'ayant des objectifs similaires, elles peuvent utiliser divers instruments de communication, lesquels varient d'une banque à une autre.

Les deux principales façons dont les banques centrales communiquent sont les actions et les mots (écrits et parlés). Les périodes instables étaient marquées par plus d'action que des mots. Cependant, à mesure que la crédibilité des banques centrales se renforce, les mots prennent de plus en plus une importance croissante. En effet, les deux dernières décennies ont montré à quel point les paroles et les actes peuvent se renforcer mutuellement pour établir la crédibilité des banques centrales en ce qui concerne la stabilité des prix (Blinder et al., 2008). En plus, les déclarations post-réunions, conférence des presses, notes sur les projections, rapports et autres instruments de communications constituent l'un des principaux moyens par lesquels la banque centrale communique son action, son évaluation de l'économie et sa réflexion sur la politique future. Les messages peuvent être envoyés par le comité ou par un membre individuel du comité, tel que le Gouverneur.

4. Stratégie d'une bonne communication sur les institutions de dépôts et le grand public

Une bonne stratégie de communication est fonction de la présentation des mots écrits et parlés, elle est cruciale pour la gestion des anticipations en fournissant des informations significatives et nécessaires, mais également en réduisant le terme d'erreurs et empêchant la désinformation. Les banques centrales ont des choix des instruments tels que des conférences de presse, la communication des procès-verbaux et des votes des réunions, la publication périodique de rapports sur la politique monétaire, le choix de porte-parole pour les questions politiques, les discours, les entretiens avec la presse, la publication de modèles et de prévisions, la fourniture des informations sur le site web, l'utilisation des réseaux sociaux et ainsi de suite.

Les banques centrales doivent avoir des objectifs de communication clairs afin d'éviter une surcharge d'informations qui pourrait conduire à la détérioration du processus décisionnel rationnel par le grand public. Alors que l'objectif final concerne la gestion efficace des anticipations (former des anticipations adéquates du public par rapport aux décisions prises par les décideurs), les objectifs intermédiaires de la communication de la banque centrale devraient nécessairement englober la transparence, la responsabilité, la clarté et la crédibilité (graphique 1.). Ces objectifs

⁴ Les pays sous-développés sont caractérisés par un très faible niveau d'alphabétisation de leurs populations. Ceci peut être un biais pour une bonne stratégie de communication.

permettront au grand public de parvenir à une meilleure compréhension des politiques des banques centrales et accroîtront l'efficacité de la politique monétaire grâce à une plus grande confiance accrue pour la banque centrale. Parmi les objectifs intermédiaires, Naghdaliyev (2011) affirme que la crédibilité est la plus importante, notant que la capacité d'une banque centrale à façonner correctement les anticipations dépend de sa crédibilité. Ainsi, le lien crucial entre la communication de la banque centrale et la crédibilité de la banque centrale représente l'une des raisons pour lesquelles la communication est devenue un aspect important de la politique monétaire. Avec une crédibilité plus élevée et des anticipations d'inflation ancrées, les banques centrales peuvent maintenir non seulement l'inflation, mais aussi promouvoir la croissance économique (Mishkin, 2004). En marge, pour une crédibilité accrue, il faudrait préserver l'indépendance opérationnelle, —c'est-à-dire la liberté pour une banque centrale de conduire et mettre en œuvre la politique monétaire, c'est qui est le cas pour la BCC, laquelle jouit d'une grande indépendance opérationnelle⁵.

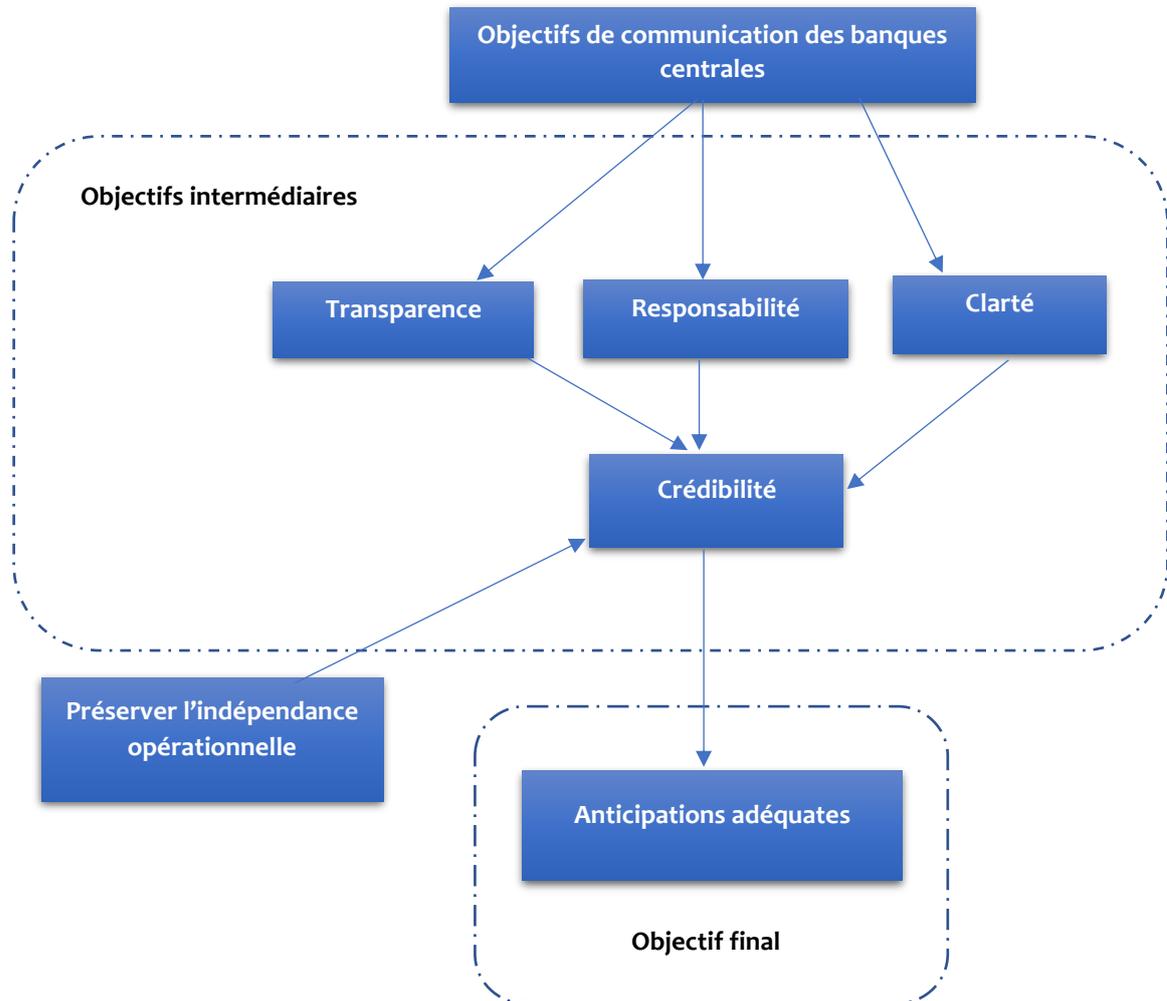
La BCC publie non seulement un communiqué de presse avec la décision politique, mais tient également une conférence de presse le jour des réunions du comité de politique monétaire (CPM), y compris une session de questions-réponses quelques fois. La conférence de presse évite le retard considérable sur la rédaction du compte rendu et pourrait être télévisée en direct ou rediffusée. Une autre possibilité de communication est inhérente à ses exigences légales en matière de rapports annuels en temps réel. Parmi les instruments qui devraient véhiculer les informations de déclaration les plus importants figurent des publications régulières telles que le rapport sur la politique monétaire, qui contient à la fois l'évaluation de l'évolution économique, des informations sur le cadre analytique utilisés et en annexes l'on insère quelques suivis des réunions du CPM. Le dynamisme de ces instruments de communications peut améliorer l'efficacité de la politique monétaire et redorer la confiance et la crédibilité de la BCC.

En RDC, l'inflation est beaucoup plus influencée par les anticipations liées aux fluctuations de taux de change et de l'inflation. Ceci résulte d'un manque de confiance et/ou d'une ignorance des agents aux réponses de l'autorité monétaire sur la stabilisation. Il est important pour le public de comprendre les actions de la banque centrale pour favoriser l'efficacité de la politique monétaire. Car non seulement les anticipations en matière de politique sont importantes, mais, aussi une bonne communication fournirait au public des informations sur la politique monétaire actuelle et future, les perspectives économiques et les objectifs de la banque centrale. Ces informations contribueraient, à la formation des anticipations des agents concernant la conduite de la politique monétaire à l'avenir et l'inflation au cours des périodes à venir. En ce sens, la communication agit de manière utile, guidant les anticipations des agents et jouant un rôle important dans la prise de décision. Ainsi, la politique monétaire devient plus prévisible et, par conséquent, la communication devient un cadre opérationnel et stratégique important pour la banque centrale. La confiance réapparue, les agents n'auront plus à anticiper une dépréciation monétaire, qui à son tour permettrait une maîtrise de l'inflation. En outre, par le biais de cet instrument de communication la banque pourrait affecter l'économie. Néanmoins cette action de communication nécessite une indépendance réelle de la BCC pour ancrer de manière durable la crédibilité.

Il est démontré que la non prise en compte de la communication peut conduire à un biais, qui soit préjudiciable à perturber les réponses attendues lorsque les banques centrales mettent en œuvre leur politique monétaire (Bennani, 2014).

⁵ Le grand défi de la BCC réside dans l'effectivité de l'indépendance financière, c'est-à-dire la suppression ou la réduction très significative du recours aux crédits de la banque centrale par l'État.

Graphique 1. Objectifs de communication des banques centrales



Source : Naghadiyev (2011)

Impact sur les institutions de dépôts. L'essence d'une politique monétaire utile consiste à gérer efficacement les anticipations. Cela vaut tant pour les objectifs que pour les instruments (Al-Mashat et al., 2018). Le principal objectif à long terme de la politique monétaire est de créer un environnement durable de faible inflation, et la communication est favorable à la réussite et la réalisation de cet objectif.

Il existe une relation bidirectionnelle étroite entre les banques centrales et les institutions de dépôts (Mishkin, 2010 ; Soubeyran, 2010). Des recherches approfondies ont porté sur le flux d'informations des banques centrales vers les institutions de dépôts et ont montré que la communication des banques centrales exerce de forts effets sur le système financier (Blinder et al., 2008). D'où, les institutions de dépôts réagissent fortement à la communication de l'évaluation par la banque centrale de la situation conjoncturelle actuelle et des perspectives économiques. Dans le même temps, la causalité se dirige dans l'autre sens. Les institutions des dépôts envoient des signaux à la banque centrale, qui constituent un élément central de la prise de décision.

Impact sur le grand public. Il faudrait rappeler que les banques centrales ont beaucoup à apprendre de la population. Les variations des anticipations du taux de change et d'inflation des agents devraient être un indicateur de surveillance pour les banques centrales, car elles affectent la prise de décision de la population et façonnent donc les résultats économiques (Duca et al., 2017). Pour une meilleure stratégie de communication, les banques centrales doivent accorder une importance primordiale à ce que le grand public comprenne le mandat (objectif final) de la banque centrale et fasse confiance à son engagement et à sa capacité à remplir son mandat.

La compréhension du mandat pour le grand public réduit l'incertitude quant à l'évolution future des prix et du taux de change. De plus, la confiance ferait en sorte que les anticipations des ménages et consommateurs ne s'éloignent pas trop de l'objectif fixé par la BCC. Il serait donc important pour la BCC de mieux faire connaître son mandat pour renforcer la confiance du public dans la banque centrale. La tâche et le défis de la BCC serait de communiquer en utilisant plusieurs langues nationales. En tout état de cause, il est impératif d'y penser pour un ancrage facile des anticipations du grand public autour des objectifs de la BCC.

En outre, il serait important de développer des matériels pédagogiques sur la politique monétaire (les vidéos, les questions-réponses, les petites notes sur les abc, ...) et les disposer sur le site internet de la BCC, comme c'est le cas pour la majorité des banques centrales. De plus, il faudrait être plus présents sur les réseaux sociaux (Twitter, WhatsApp...), car c'est un canal important grâce auquel les banques centrales peuvent toucher directement un public relativement plus large, sans intermédiaires, et interagir avec le public, par exemple via des sessions de questions / réponses sur Twitter (De Guindos, 2019).

La BCC devrait s'efforcer à produire et rendre des publications (recherches, politiques) régulières plus accessibles au grand public. Il convient de redynamiser le site internet de la BCC et mettre à la disposition du public les données nécessaires pour leurs analyses et appréciations de l'efficacité de la politique monétaire.

5. La communication pendant la COVID-19 : Stratégie de réduction du coût de la crise

L'épidémie de coronavirus a confronté les pays à des bouleversements macroéconomiques incommensurables, sombrant l'économie congolaise. La BCC a entrepris quelques mesures accommodantes, mais cela ne semble pas facile pour stabiliser l'économie. De plus, le taux de change se déprécie davantage, se corrélant avec une hausse générale des prix. Cette instabilité est exacerbée par l'incertitude de la COVID-19, laquelle affectant les anticipations du taux de change et de l'inflation. Comme nous l'avons mentionné, l'inflation est une fonction croissante des anticipations du taux de change et de l'inflation. Cette circonstance pandémique extraordinaire nous a obligés à nous confiner, limitant sévèrement les mouvements et déplacements.

La communication pourrait jouer un rôle majeur dans la résilience économique et sociale (Pogorel et Preta, 2020). C'est un outil nécessaire pour atténuer les effets incertains de cette crise en renforçant la confiance du grand public et du système financier. L'un des facteurs qui a aggravé la crise financière internationale de 2008 était le fait que la communication des banques centrales n'était pas aussi efficace que souhaité et a poussé les banques centrales à voir que la communication était tout aussi important que le contenu des politiques. La communication est ainsi devenue plus qu'un simple moyen de transparence ou de responsabilité (Naghadiyev, 2011). Le Président Roosevelt, s'est servi de la communication lors de la grande dépression de 1929, pour

briser le cercle vicieux dans lequel le pessimisme amplifie la crise. Il a communiqué avec le public, en intervenant régulièrement avec la station de radio détaillant les décisions prises et expliquant chacune des orientations choisies. Cette politique de communication directe a répondu aux préoccupations des peuples américains quant à la situation de l'économie et fourni ensuite une orientation prospective à la politique économique, capable de sortir de la dépression et de remettre la stabilité macroéconomique (Barthélemy et Bignon, 2020).

L'importance de la communication des banques centrales en tant qu'instrument de politique monétaire est vitale non seulement pour rendre une banque centrale plus transparente, mais aussi et surtout pour orienter les anticipations (Weidmann, 2018). En fait, parfois, la communication pourrait devenir une politique à part entière, au lieu d'être un instrument de politique monétaire, car des relations plus étroites avec le grand public et une transparence accrue ne devraient pas seulement être l'objectif final de la communication mais que le moment serait venu pour les banques centrales de réfléchir à l'institutionnalisation de la communication. Les orientations prospectives de la BCC signifieraient que l'introduction et la mise en œuvre de mesures politiques de lutte contre la crise devraient être accompagnées de communications. Il est clair qu'une articulation stratégique de la communication, axée sur des messages cohérents, peut contribuer à gérer les anticipations pessimistes, maintenir la confiance, à réduire en définitive le coût de la crise et stabiliser l'économie.

L'adoption d'un nouvel instrument de communication, coordonnant des actions de la politique et visant à atteindre l'ensemble du pays quant au dévouement des décideurs de la politique monétaire pour stabiliser l'économie, en particulier, la monnaie et les prix. De plus, les comptes rendus du CPM ne devraient se faire non seulement en français mais aussi en langues nationales, à l'occurrence, le lingala, le kikongo, le swahili et le tshiluba. Avec ça, les discours du Gouverneur quant aux décisions de politique monétaire capteraient une large partie de la population. D'autant plus que les opérateurs et acteurs économiques maîtrisent bien ces langues et surtout le Lingala et le Swahili, ça faciliterait à la banque centrale de gérer les anticipations.

Que pourra faire la BCC pendant ce moment d'incertitude du coronavirus ? Elle devrait déployer des discours et déclarations écrits et télévisés pour expliquer au public son dévouement et sa capacité à lisser la dépréciation et à juguler l'inflation. Cette fréquence en série des communications influencerait les anticipations des agents et pourrait renforcer la confiance. Cette dernière à son tour, assurerait la stabilité. L'outil de communication est stratégique en ce temps de crise et d'incertitude. Son but est de germer la confiance des agents aux décisions politiques dans la stabilisation et de briser le pessimisme du grand public. Cependant, comme mentionné plus haut, pour que cette démarche exerce son efficacité et garantisse sa responsabilité, il faudrait respecter l'indépendance réelle de la banque centrale.

6. Conclusion et recommandations

Ce papier révèle le lien étroit entre la communication et la politique monétaire, et surtout dans des circonstances exceptionnelles, telles que la crise liée à l'incertitude actuelle de COVID-19. La politique de communication des banques centrales est un aspect crucial du processus d'adoption et de mise en œuvre des décisions. La stratégie de communication tend vers un processus de métamorphose, qui peut être justifié par le fait qu'une plus grande ouverture des autorités monétaires au grand public, pourrait conduire à un renforcement de la gestion des anticipations et de l'efficacité de la politique monétaire.

La BCC n'a pas encore mis en œuvre une adoption de nouvelles pratiques de communication, cependant durant cette crise sanitaire et économique, et surtout du fait que les tactiques conventionnelles de sa politique monétaire n'ont eu aucun effet sur la stabilité, une nouvelle stratégie de communication de la politique monétaire devrait prendre une importance supplémentaire pour atténuer d'autres effets néfastes sur la stabilité macroéconomique et monétaire.

Pour réorienter et développer une stratégie de communication, ce papier prône 12 recommandations suivantes :

1. Créer un département ou un service de communication au sein de la banque ;
2. Faire une enquête sur la communication de la BCC et l'opinion du public au sein de la RDC pour améliorer la stratégie de communication et avoir suffisamment de données sur les anticipations du grand public ;
3. Construire une base de données contenant tous les discours et déclarations du Gouverneur, ainsi que les conférences des presses ;
4. Recourir aux médias et réseaux sociaux, tel que Twitter, afin de surveiller l'économie et d'établir des prévisions avec plus de précision ;
5. Elargir l'utilisation des langues pour le public, avec le lingala et autre langues nationales. La transmission de l'information en lingala facile et/ou dans d'autres langues serait bénéfique pour une communication plus efficace, atteignant le grand public ;
6. Développer un système de Mailing et de l'e-mailing pour renforcer la communication ;
7. Reconstruire le site web avec une adaptation ou d'imitation des grandes banques centrales internationales ;
8. Recruter davantage des chercheurs traitant des questions sur la politique monétaire et le système financier et créer le Prix de recherche de la Banque centrale récompensant les travaux de recherche en économie et sur le système financier réalisés au sein de l'organisation. ;
9. Disponibiliser les bases de données (en série longue) sur le site web de la banque sous format Excel et/ou pdf ;
10. Réduire le retard sur la publication du Rapport annuel et rendre plus disponible le rapport sur la politique monétaire ;
11. Envisager si nécessaire un contrat avec une chaîne télévisée pour la diffusion des décisions et déclarations liée à la politique monétaire visant à stabiliser l'économie ;
12. Renforcer les publications et articles scientifiques, et couvrir les retards liés à la publication des rapports annuels et de la politique monétaire, renforcer les publications et articles scientifiques, disponibiliser différentes bases des données statistiques sur le site et en sus ;

Références

Al-Mashat, R., Clinton, K., Laxton, D., et Wang, H. 2018. Managing expectations. Adrian, Tobias, Douglas Laxton, and Maurice Obstfeld, eds. *Advancing the Frontiers of Monetary Policy*. Washington, DC: International Monetary Fund.

Amato, J. D., et Shin, H. S. 2003. Public and Private Information in Monetary Policy Models. *BIS Working Paper* no.138, septembre.

Barthélemy J. et Bignon, V. 2020. Qu'aurait fait Roosevelt face à la crise économique du Covid19 ? Banque de France, *Bloc-note Éco billet* n°161.

Başkaya, S., Kara, H., et Mutluer, D. 2008. Expectations, Communication and Monetary Policy in Turkey. Mars.

Bennani, H. 2014. Does one word fit all ? The asymmetric effects of central banks' communication policy. *MPRA Paper* no. 57150, juillet.

Bernanke, B., Laubach, T., Mishkin, F., et Posen, A. 1999. *Inflation Targeting : Lessons from the International Experience*. Princeton University Press. New Jersey.

Bernanke, B. S. 2013. Communication and monetary policy. At the National Economists Club Annual Dinner, Herbert Stein Memorial Lecture, Washington, D.C. Novembre.

Binette, A. et Tchegotarev, D. 2019. Canada's Monetary Policy Report : If Text could Speak, what would it Say ? *Bank of Canada Staff Analytical Note/Note analytique du personnel* 2019-5.

Blinder, A., Ehrmann, M., Fratzscher, M., De Haan, J., et Jansen, D. 2008. What we know and what we would like to know about central bank communication. *VoxEU.org*, mai.

————— 2008. Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence. *Working Paper series* no 898 46, mai.

Buda, R. 1997. L'avenir de l'information économique. *MPRA Paper*, no. 34879.

Bulíř, A., Cihák, M., et Jansen, D. 2013. Measuring the clarity of central-bank communication. *VoxEU.org*, avril.

Carpenter, S. 2004. Transparency and monetary policy: what does the academic literature tell policymakers? *Finance and Economic Discussion Paper*, no 2004-35, avril.

Cieslak, A., et Schrimpf, A. 2018 Non-Monetary News in Central Bank Communication. *BIS Working Papers* no 761, décembre.

Coenen, G., Ehrmann, M., Gaballo, G., Hoffmann, P., Nakov, A., Nardelli, S., Persson, E., et Strasser, G. 2017. Communication of Monetary Policy in Unconventional Times. *ECB Working Paper*. No. 2080. Juin.

Filardo, A., et Guinigundo, D. 2008. Transparency and Communication in Monetary Policy : A Survey of Asian Central Banks. *Bangko Sentral ng Pilipinas - Bank for International Settlements (BSP-BIS) Research Conference on Transparency and Communication in Monetary Policy*. Janvier.

Gürkaynak, R. S., Sack, B., et Swanson, E. T. 2005. Do Actions Speak Louder Than Words? The Response of Asset Prices to Monetary Policy Actions and Statements. *International Journal of Central Banking*, Mai.

Issing, O. 2005. Communication, Transparency, Accountability : Monetary Policy in the Twenty-First Century. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, avril.

Davis, J., et Wynne, M. 2016. Central Bank Communications : A Case Study. Federal Reserve Bank of Dallas, *working paper* no. 283, septembre.

De Guindos L. 2019. Communication, expectations and monetary policy. *policy panel of the Annual Congress of the European Economic Association*, Manchester, août.

Duca, I., Kenny, G., et Reuter, A. 2017. Inflation Expectation, Consumption and the Lower Bound: Micro Evidence from a Large Euro Area Survey. *ECB Working Paper* no. 2196.

Ehrmann, M., et Fratzscher, M. 2007. Communication by Central Bank Committee Members: Different Strategies, Same Effectiveness? *Journal of money credit and banking* Vol. 39, février.

Eusepi, S., et Preston, B. 2010. Central Bank Communication and Expectations Stabilization. *American Economic Journal : Macroeconomics*. Vol.2, juillet.

Hellwig, C. 2002. Public Announcements, Adjustment Delays and the Business Cycle. unpublished, University of California, Los Angeles, novembre.

Ilunga, S. K., et Pinshi, C. P. 2018. Quel rôle pour les banques centrales dans la promotion de la croissance économique ? *MPRA Paper* no. 99706.

Jansen, D., et De Haan, J. 2007. The importance of being vigilant : Has ECB communication influenced Euro area inflation expectations? *CESifo Working Paper* no. 2134, <https://www.researchgate.net/publication/5002638>, Janvier.

Jung, A., et Kühn, P. 2020. An analysis of ECB communications with Google Analytics. *Researchgate*, <https://www.researchgate.net/publication/339069840>. Janvier.

Kahveci, E., et Odabaş, A. 2016. Central banks' communication strategy and content analysis of monetary policy statements : The case of Fed, ECB and CBRT. 12th International Strategic Management Conference, ISMC, 28-30, Antalya, Turkey. Octobre.

Luangaram, P., et Sethapramote, Y. 2016). Central Bank Communication and Monetary Policy Effectiveness : Evidence from Thailand. *PIER Discussion Papers* 20, Puey Ungphakorn Institute for Economic Research, février.

Mishkin, F. S. 2004. Can Central Bank Transparency Go Too Far? *NBER Working Paper*, 10829, octobre.

————— 2008. Central Bank Commitment and Communication. At the Princeton University Center for Economic Policy Studies Dinner, New York. Avril.

————— 2010. *Monnaie, Banque et marchés financiers*. 9è ed. Pearson, Paris.

- Montes, G., et Nicolay, R. 2014. Central bank communication and inflation expectations in Brazil. *Researchgate*, <https://www.researchgate.net/publication/324363526> , mai.
- Naghdaliyev, N. S. 2011. Central Banks' Communication in the Post-Crisis Period. *The Harriman Institute, Columbia University*. Mai.
- Omotosho, B. S., et Tumala, M. M. 2019. A Text Mining Analysis of Central Bank Monetary Policy Communication in Nigeria. *MPRA Paper* no. 98850, février.
- Pinshi, C. P. 2020. Monetary policy in DR. Congo : Learning about communication and expectations. *MPRA Paper* no. 100262, mai.
- Pogorel, G., et Preta, A. 2020. La convergence « médias et télécoms » à l'épreuve de la COVID-19 : L'Europe dans une perspective transatlantique et internationale. *Policy paper. Question d'Europe* n°559 mai.
- Rice, G., et Stankova, O. 2019. La communication comme outil stratégique. *Blogs IMF*, juin.
- Shapiro, A. H., et Wilson, D. 2019. Taking the Fed at its Word : Direct Estimation of Central Bank Objectives using Text Analytics. *Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper* 2019-02, novembre.
- Soubeyran J.C. 2010. Monnaie, banques, finance. 1^è ed. Presses Universitaires de France (Puf), Paris.
- Szyszko, M., et Próchniak, M. 2018. Is central banks' effectiveness related to their transparency ? A case of European economies. *Folia Oeconomica Stetinensia*, Volume 18, DOI : 10.2478/fofi-2018-0023. Novembre.
- Tomuleasa, I. 2015. Central bank communication and its role in ensuring financial stability. *Procedia Economics and Finance*, Vol.20.
- Ullrich, K., 2008. Inflation expectations of Experts and ECB Communication. *North American Journal of Economics and Finance*, Vol. 19, Issue 1, mars.
- Walsh, C. E. 2007. Optimal economic transparency. *International Journal of Central Banking*, Janvier.
- Weidmann, J. 2018. Central bank communication as an instrument of monetary policy. *Centre for European Economic Research*, Mannheim, mai.
- Woodford, M. 2005. Central-bank communication and policy effectiveness. Presentation at the Federal Reserve Bank of Kansas City, *Jackson Hole Symposium*, août.
- Yellen, J. 2011. Unconventional Monetary Policy and Central Bank Communications Board of Governors of the Federal Reserve System, at thenThe U.S. Monetary Policy Forum New York, février.