Revue Congolaise des Sciences Humaines et Sociales

Site web : http://recosh.cresh-rdc.org

ISSN :2957-6385 (print), ISSN : 2957-6393 (online)
https:/www. doi.org/10.59189/crsh20260902

La chanson comme instrument discursif de construction de la confiance monétaire. *Analyse de la chanson « Franc Congolais Nkolo Mabele » et construction d'une théorie culturelle de la communication monétaire*

The Song as a Discursive Tool for Building Monetary Trust: An Analysis of the Song "Franc Congolais Nkolo Mabele" and the Development of a Cultural Theory of Monetary Communication

Bobo B. KABUNGU[1]

1 Economiste, Maître de recherche au Centre de recherche en sciences humaines, Professeur ou formateur dans plusieurs établissements d'enseignement en RDC : HEC/Kin, INTS, ENF, ENA… Email : bobokabungu@gmail.com.

Résumé. *Présentée au public le 13 février 2026, la chanson Franc Congolais Nkolo Mabele, composée par Souzy Kaseya à l'initiative de la Banque Centrale du Congo et interprétée par plusieurs artistes congolais de renom, constitue une expérience originale de communication monétaire par la culture. La présente étude analyse cette œuvre comme instrument discursif de valorisation de la monnaie nationale et de construction symbolique de la confiance monétaire. Elle mobilise une démarche qualitative abductive combinant une analyse thématique du contenu de la chanson et une comparaison structurée avec plusieurs expériences internationales de communication culturelle et financière. Le codage du corpus s'organise autour de six dimensions : identité et souveraineté monétaires, confiance monétaire, patriotisme économique, comportements monétaires recherchés, pédagogie économique et ressorts culturels et émotionnels. Les résultats mettent en évidence une architecture discursive conduisant de l'ancrage identitaire et de la valorisation symbolique du Franc Congolais à des prescriptions explicites d'usage de la monnaie nationale, notamment dans les paiements, la vente, l'épargne et le crédit. Ils montrent ainsi comment le discours musical articule registres identitaire, affectif, cognitif et prescriptif pour transformer la valorisation symbolique de la monnaie en disposition favorable à son utilisation. À partir de ces résultats et des apports de l'économie monétaire, de la sociologie de la musique, de l'économie comportementale et de la communication publique, l'article contribue à la construction d'une théorie culturelle de la communication monétaire. Il soutient qu'une stratégie symbolique culturellement ancrée peut, sous réserve de fondamentaux macroéconomiques cohérents, contribuer au renforcement de la confiance et des dispositions favorables à la monnaie nationale, sans que cette contribution puisse être assimilée, en l'état des données, à un effet causal démontré sur son usage effectif ou sur la dédollarisation.*

Mots-clés : Confiance monétaire ; communication monétaire ; communication culturelle ; souveraineté monétaire ; dédollarisation.

Abstract. *Presented to the public on 13 February 2026, the song Franc Congolais Nkolo Mabele, composed by Souzy Kaseya at the initiative of the Central Bank of the Congo and performed by several renowned Congolese artists, represents an*

OPEN ACCESS

Received : 30 June 2026

Accepted: 26 August 2026

Available Online : 01 September 2026

original approach to culturally grounded monetary communication. This study examines the song as a discursive instrument for promoting the national currency and symbolically building monetary trust. It adopts an abductive qualitative approach combining a thematic content analysis of the song with a structured comparison of several international experiences in cultural and financial communication. The corpus is coded along six dimensions: monetary identity and sovereignty, monetary trust, economic patriotism, intended monetary behaviours, economic education, and cultural and emotional drivers. The findings reveal a discursive architecture that moves from identity-based anchoring and the symbolic valorisation of the Congolese franc to explicit prescriptions regarding the use of the national currency, particularly for payments, sales, savings, and credit. They further show how musical discourse combines identity-based, affective, cognitive, and prescriptive registers to translate the symbolic valorisation of the currency into a favourable disposition towards its use. Drawing on these findings and insights from monetary economics, the sociology of music, behavioural economics, and public communication, the article contributes to the development of a cultural theory of monetary communication. It argues that a culturally grounded symbolic strategy can, provided that macroeconomic fundamentals are consistent, contribute to strengthening trust in and favourable dispositions towards the national currency, without such a contribution being interpreted, given the available evidence, as a demonstrated causal effect on its actual use or on de-dollarisation.

Keywords : Monetary trust; monetary communication; cultural communication; monetary sovereignty; de-dollarisation.

Introduction

La monnaie constitue simultanément un instrument économique, une institution juridique et un symbole social. Sa stabilité repose certes sur des fondamentaux macroéconomiques — discipline budgétaire, indépendance de la banque centrale, ancrage des anticipations d'inflation —, mais elle dépend également d'un facteur plus intangible : la confiance collective. Comme le soulignent Aglietta et Orléan (2002), la monnaie est une construction sociale dont la validité repose sur l'adhésion commune.

Dans les économies caractérisées par la dollarisation partielle, la préférence pour une devise étrangère traduit un arbitrage de confiance (Calvo & Végh, 1992). La restauration de la confiance monétaire suppose ainsi une action multidimensionnelle : institutionnelle, macroéconomique et symbolique.

Depuis les années 1990, la communication des banques centrales est reconnue comme un instrument stratégique de politique monétaire (Blinder et al., 2008 ; Woodford, 2003). Casiraghi et Perez (2022) soulignent que la communication moderne vise non seulement les marchés financiers, mais également le grand public, afin de renforcer la légitimité et l'efficacité des politiques monétaires.

Dans ce contexte, l'initiative de la Banque centrale du Congo (BCC) consistant à promouvoir la chanson *Franc Congolais Nkolo Mabele* constitue une innovation institutionnelle originale (au-delà de la chanson *Mwana Pwo* qui avait accompagné le lancement du CDF en 1998). Elle pose la question suivante : une œuvre musicale peut-elle contribuer à la construction et à la consolidation de la confiance dans une monnaie nationale ?

Cet article poursuit cinq objectifs principaux :

- analyser le contenu discursif et symbolique de la chanson *Franc Congolais Nkolo Mabele* ;
- conceptualiser la chanson comme instrument non conventionnel de communication monétaire ;
- mettre en relation les résultats de cette analyse avec les apports de l'économie monétaire, de la sociologie culturelle et de l'économie comportementale ;
- situer le cas congolais dans une perspective comparative d'utilisation de supports culturels dans la communication économique et financière ;
- construire, à partir du cas étudié, un mécanisme théorique reliant communication culturelle, représentations monétaires,

confiance et dispositions comportementales.

L'hypothèse centrale est que, dans un contexte de stabilisation macroéconomique relative, une stratégie de communication symbolique culturellement ancrée peut renforcer l'attachement identitaire à la monnaie nationale et contribuer, de manière complémentaire, à la consolidation de la confiance.

Au-delà de cette hypothèse, l'article pallie une double lacune de la littérature. D'une part, les travaux sur la communication des banques centrales se concentrent majoritairement sur les instruments formels — communiqués, rapports, forward guidance — en négligeant les dimensions culturelles et symboliques de la transmission des messages (Blinder et al., 2008 ; FMI, 2022). D'autre part, les analyses de la dollarisation mettent l'accent sur les déterminants macroéconomiques et institutionnels, laissant relativement peu de place aux mécanismes socioculturels de formation de la confiance monétaire (Calvo & Végh, 1992 ; Reinhart & Rogoff, 2009).

En ce sens, cet article propose de combler ce double angle mort en introduisant une lecture interdisciplinaire de la communication monétaire, intégrant explicitement la dimension culturelle comme vecteur de formation des anticipations et des comportements économiques.

1. Cadre théorique

Le cadre théorique est construit à partir de trois angles : (i) la communication monétaire et les anticipations ; (ii) la crédibilité et la réputation ainsi que (iii) la musique et l'engagement social.

1.1. Communication monétaire et anticipations

Blinder et al. (2008) montrent que la communication influence les anticipations des marchés et la transmission des décisions monétaires. Woodford (2003) affirme que la politique monétaire moderne agit principalement à travers les anticipations.

Ehrmann et Fratzscher (2007) démontrent empiriquement que les déclarations des membres de banques centrales affectent les marchés financiers. De Fiore et al. (2024) soulignent que la médiatisation des décisions monétaires joue un rôle crucial dans la perception publique.

Cette évolution de la communication monétaire s'inscrit dans le développement des cadres analytiques tels que le Forecasting and Policy Analysis System (FPAS), promu notamment par le Fonds monétaire international. Dans ce cadre, la communication n'est plus seulement un exercice de transparence, mais un instrument de pilotage des anticipations fondé sur des scénarios macroéconomiques explicites (Al-Mashat et al., 2018). Toutefois, cette sophistication technique pose un défi : celui de la traduction des messages vers le grand public. Dès lors, se pose la question de la complémentarité entre communication analytique et communication symbolique.

1.2. Crédibilité et réputation

Les travaux de Kydland et Prescott (1977) mettent en exergue le fait que l'incohérence temporelle mine la crédibilité. Ceux de Barro et Gordon (1983), pour leur part, indiquent que la réputation constitue un capital institutionnel.

Par ailleurs, dans les économies émergentes, la crédibilité ne dépend pas uniquement des règles formelles. Elle est également influencée par la confiance sociale selon Aglietta et Orléan (2002).

1.3. Musique et engagement social

La musique et l'engagement social ont un lien. Parmi les auteurs qui s'y sont penchés, il convient de citer :

- Lull (1987) qui affirme que la musique facilite la diffusion des normes ;

- Street (2012) pour l'analyse de son rôle dans la politique ;
- Singhal et Rogers (1999) ayant démontré l'efficacité des stratégies d'entertainment-education dans le changement social ;
- Lusardi et Mitchell (2014) qui soulignent que la littératie financière dépend du support pédagogique ;
- Kahneman (2011) pour qui les décisions économiques sont influencées par des facteurs émotionnels et cognitifs (économie comportementale).

Dans cette perspective, la mobilisation de la musique peut également être interprétée comme une forme de « soft power économique », c'est-à-dire la capacité d'une institution à influencer les comportements non par la contrainte, mais par l'attraction et l'adhésion (Nye, 2004). Appliqué à la banque centrale, ce concept suggère que la crédibilité peut être partiellement construite à travers des dispositifs symboliques capables de susciter une identification positive à la monnaie nationale.

1.4. Monnaie, imaginaire national et pouvoir symbolique

Au-delà de sa fonction économique, la monnaie participe à la construction symbolique de la communauté politique. Comme l'a montré Anderson (1983), les nations sont des « communautés imaginées » dont la cohésion repose sur des dispositifs symboliques partagés. La monnaie nationale constitue l'un de ces dispositifs : elle matérialise l'appartenance collective et l'inscription dans un espace souverain commun.

Dans cette perspective, la communication monétaire peut être interprétée comme un travail de mise en récit de la souveraineté. La chanson *Franc Congolais Nkolo Mabele* ne se limite pas à un support pédagogique ; elle participe à la stylisation affective de la communauté monétaire.

Cette dimension symbolique peut être éclairée par la théorie du pouvoir symbolique développée par Bourdieu (1994), pour qui le pouvoir institutionnel repose sur la capacité à produire des catégories légitimes de perception du réel. En promouvant une œuvre artistique valorisant la monnaie nationale, la Banque centrale contribue à la production d'un cadre interprétatif dans lequel le franc congolais est associé à la dignité, à la terre et à la souveraineté.

De même, les travaux de Zelizer (1994) ont montré que la monnaie ne constitue pas une entité homogène et neutre, mais un objet social doté de significations multiples. Modifier la signification sociale attachée à la monnaie nationale peut ainsi influencer, à la marge, les dispositions individuelles à l'utiliser.

Cette approche permet d'ancrer l'analyse dans une sociologie de la valeur monétaire, complétant les approches strictement macroéconomiques de la crédibilité.

1.5. Performativité et économie des conventions

L'initiative de la Banque Centrale du Congo peut également être interprétée à l'aune de la théorie de la performativité des énoncés économiques. Selon Callon (1998), l'économie ne se contente pas de décrire les marchés : elle contribue à les configurer. Les dispositifs discursifs et symboliques participent à la construction des comportements qu'ils prétendent seulement encadrer.

Dans cette perspective, la communication monétaire n'est pas simplement informative ; elle est potentiellement performative. En associant la monnaie nationale à des registres émotionnels et identitaires positifs, la chanson peut contribuer à produire les dispositions de confiance qu'elle évoque.

Cette lecture rejoint l'analyse d'Orléan (2011), pour qui la valeur repose sur une croyance collective auto-référentielle. La monnaie est stable lorsque la croyance en sa stabilité est partagée. Toute stratégie visant à renforcer cette croyance participe donc, au moins théoriquement, au processus de stabilisation.

Enfin, dans la logique des « économies de la grandeur » développée par Boltanski et Thévenot (1991), la légitimité d'une institution repose sur sa capacité à mobiliser des principes supérieurs communs. En inscrivant la monnaie nationale dans un registre de grandeur patriotique et collective, la stratégie musicale de la BCC peut être interprétée comme une tentative de justification publique.

2. Méthodologie

2.1. Positionnement épistémologique

L'article adopte une approche qualitative par abduction (Timmermans & Tavory, 2012), permettant d'articuler théorie existante et cas empirique inédit. Le choix de l'abduction se justifie par le caractère émergent du phénomène étudié. Comme le soulignent Dubois et Gadde (2002), l'abduction permet d'itérer entre théorie et empirisme afin de construire des cadres interprétatifs adaptés à des objets encore peu stabilisés dans la littérature. Dans le cas présent, l'utilisation de la musique comme instrument de communication monétaire constitue un terrain particulièrement propice à ce type d'approche.

2.2. Analyse qualitative de contenu de la chanson

La chanson « Franc Congolais Nkolo Mabele » constitue le corpus primaire de l'étude. Une analyse qualitative thématique de sa transcription intégrale a été réalisée afin d'identifier les représentations de la monnaie nationale, les registres discursifs mobilisés et les comportements monétaires promus. Dans une logique abductive, le codage articule des catégories issues du cadre théorique aux thèmes récurrents observés dans le corpus. L'unité d'analyse retenue est la séquence discursive porteuse d'une idée, d'une représentation ou d'une injonction identifiable. Les répétitions ne sont pas considérées comme de simples redondances : elles sont prises en compte lorsqu'elles renforcent la saillance et la mémorisation d'un message. Compte tenu du caractère multilingue de l'œuvre, l'analyse privilégie le sens des séquences plutôt qu'un décompte strictement lexical.

Tableau 1. Grille de codage thématique

Dimension	Indicateurs de codage	Fonction analytique
Identité et souveraineté	Pays, terre, Congo, identité, souveraineté, indépendance	Construction symbolique du CDF
Confiance et stabilité	Stabilité, valeur, appréciation, confiance, fierté	Crédibilisation de la monnaie
Patriotisme économique	Priorité au national, responsabilité collective, production nationale	Préférence monétaire nationale
Comportements monétaires	Payer, vendre, épargner, emprunter, utiliser le CDF	Traduction de l'adhésion en pratiques
Pédagogie économique	Masse monétaire, taux d'intérêt, production, économie	Dimension cognitive
Ressorts socioculturels	Langues, territoires, métiers, symboles, références religieuses et nationales	Identification et appropriation

Source : élaboration de l'auteur à partir de la transcription de « Franc Congolais Nkolo Mabele ».

2.3. Sources et corpus

Le matériau empirique principal est constitué de la version intégrale de la chanson « Franc Congolais Nkolo Mabele ». Les documents officiels de la BCC, les rapports du FMI et de la Banque mondiale, les publications académiques et les travaux relatifs à la communication publique constituent le corpus documentaire secondaire. Le croisement entre analyse

du discours musical, littérature scientifique et comparaison institutionnelle permet une triangulation des sources et des niveaux d'analyse (Yin, 2018).

2.4. **Limites**

La réflexion n'est pas exempte de limites. C'est le cas :

- de l'absence de données quantitatives comportementales ;
- du défaut de mesure des effets causaux ;
- du caractère exploratoire de l'approche ;
- des précautions inhérentes à l'interprétation d'un corpus musical multilingue.

3. **Analyse de « Franc Congolais Nkolo Mabele » : du récit identitaire à l'injonction monétaire**

La chanson constitue un outil stratégique de communication publique car elle permet de traduire des contenus techniques en messages accessibles, mémorables et émotionnellement engageants. Les travaux en sciences sociales montrent que la musique facilite la mémorisation et la transmission de normes sociales (Lull, 1987), et qu'elle agit comme vecteur d'identification collective et d'engagement (Street, 2012). Dans le domaine de la communication pour le développement, la musique est souvent mobilisée pour atteindre des publics peu sensibles aux canaux institutionnels traditionnels (Singhal & Rogers, 1999).

Comparée aux outils traditionnels de communication des banques centrales — communiqués de presse, rapports techniques, conférences — la chanson présente des avantages spécifiques. Alors que les supports institutionnels reposent sur une logique cognitive et analytique, la musique mobilise simultanément des registres émotionnels, identitaires et mnésiques. Cette combinaison permet d'élargir la portée de la communication au-delà des publics déjà informés, en atteignant des segments souvent moins réceptifs aux canaux formels (Thaler & Sunstein, 2008).

Dans le champ spécifique de la littératie financière, l'utilisation de supports culturels favorise l'appropriation des messages, notamment chez les jeunes (Lusardi & Mitchell, 2014). Ainsi, la chanson permet de :

- simplifier des notions complexes (budget, épargne, dette) ;
- accroître la portée sociale des campagnes ;
- ancrer les messages dans des référents culturels locaux ;
- susciter un engagement émotionnel plus fort qu'un discours administratif classique.

Comme l'indique la Banque mondiale : « Music has the power to connect people across borders and cultures and inspire action » (Lopez, 2015).

L'analyse du corpus révèle que « Franc Congolais Nkolo Mabele » ne se limite pas à célébrer la monnaie nationale. Son architecture discursive associe plusieurs registres : identitaire, patriotique, économique, pédagogique, émotionnel et prescriptif. Le Franc Congolais y est successivement présenté comme attribut de souveraineté, objet de fierté collective, signe de stabilité retrouvée et instrument devant être privilégié dans les transactions. Le discours opère ainsi un déplacement de l'identification symbolique vers l'injonction comportementale : aimer et valoriser la monnaie nationale doit se traduire par son utilisation effective.

Tableau 2. Résultats de l'analyse thématique de Franc Congolais Nkolo Mabele

Dimension observée	Manifestations significatives du corpus	Registre	Fonction communicationnelle
Identité et souveraineté	« Identité na biso » ; « souveraineté na biso » ; « indépendance économique » ; références au Congo et à la terre	Identitaire/patriotique	Faire du CDF un attribut de l'appartenance nationale
Confiance et stabilité	Stabilité du CDF, appréciation face au dollar, retour de la fierté ; « Ayons confiance en notre monnaie »	Affectif/cognitif	Restaurer une représentation positive de la monnaie
Priorité à la monnaie nationale	Refrain récurrent « Priorité na mbongo ya mboka » ; appels à valoriser le franc	Prescriptif	Établir une norme sociale favorable au CDF
Usage concret du CDF	Payer en CDF ; afficher/vendre en CDF ; épargne et crédit en monnaie nationale	Comportemental	Transformer l'adhésion symbolique en pratiques monétaires
Économie et production	« Economie ya mboka » ; production du sous-sol et surtout du sol ; paysans, fonctionnaires, enseignants, militaires	Économique/social	Relier monnaie, production et économie réelle
Pédagogie monétaire	Stabilité monétaire, masse monétaire, taux d'intérêt ; relation monnaie–économie	Cognitif/didactique	Donner un contenu économique au message populaire
Unité nationale	Nord, Sud, Est, Ouest ; territoires et provinces ; Mongo, Ngala, Luba et autres composantes citées	Inclusif/territorial	Construire une communauté monétaire nationale
Patrimoine et mémoire	« 243 raisons » ; ADN, histoire, fierté, grandeur ; Inga et autres symboles nationaux	Symbolique/mémoriel	Inscrire la monnaie dans l'imaginaire collectif
Mobilisation socioculturelle	Alternance de langues, musique populaire, répétition du refrain, références religieuses	Émotionnel/culturel	Accroître identification, mémorisation et appropriation

Source : élaboration de l'auteur à partir de la transcription de « Franc Congolais Nkolo Mabele ».

Les résultats mettent en évidence une architecture discursive allant du symbolique au comportemental. Le premier niveau associe le Franc Congolais à la nation, à la terre, à l'histoire, à la souveraineté et à la fierté. Le deuxième construit une représentation positive de la monnaie autour de sa stabilité et de sa valorisation. Le troisième transforme cette représentation en prescription : donner priorité à la monnaie nationale, payer et vendre en francs congolais, mais également l'utiliser pour l'épargne et le crédit. La chanson ne se contente donc pas de demander au public de croire dans la monnaie ; elle associe explicitement cette confiance à des pratiques économiques.

Une seconde caractéristique réside dans la territorialisation et la socialisation du message. Les références aux différentes parties du territoire, aux groupes sociolinguistiques, aux

provinces ainsi qu'aux paysans, enseignants, fonctionnaires, militaires, policiers et médecins construisent symboliquement une communauté monétaire dépassant les appartenances particulières. L'alternance linguistique renforce cette logique d'inclusion. Le refrain récurrent « Priorité na mbongo ya mboka » fonctionne alors comme une formule de condensation du message : la préférence pour la monnaie nationale est présentée simultanément comme choix économique, responsabilité collective et expression d'appartenance nationale.

Cette articulation permet de préciser le mécanisme théorique recherché dans cet article. Le cas étudié suggère que la communication culturelle peut agir suivant une séquence :

ancrage culturel et identitaire → activation émotionnelle et cognitive → représentation positive de la monnaie → confiance déclarée → disposition à utiliser la monnaie nationale.

La transcription révèle, par ailleurs, quatre dimensions **:**

- Premièrement, la chanson comporte une dimension pédagogique explicite, allant jusqu'à mentionner la masse monétaire, les taux d'intérêt, l'épargne et le crédit.

- Deuxièmement, elle établit un lien entre souveraineté monétaire et production réelle, avec cette formulation particulièrement intéressante sur la production « du sous-sol » mais « surtout celle attendue sur l'étendue du sol ».

- Troisièmement, le morceau développe une véritable géographie symbolique de la monnaie : Nord, Sud, Est, Ouest, provinces, groupes sociolinguistiques, professions et catégories sociales. Le CDF est discursivement construit comme dénominateur commun d'une société plurielle.

- Quatrièmement, l'appel n'est pas seulement affectif. Il comporte des prescriptions transactionnelles précises : payer en CDF, vendre en CDF, valoriser le CDF, épargner et recourir au crédit en monnaie nationale. Ces prescriptions renforcent l'hypothèse de performativité développée dans le cadre théorique.

4. Exemples institutionnels et analyse comparative

L'utilisation de la chanson dans le monde financier ou économique n'est pas inédite. Quelques exemples institutionnels méritent d'être mis en évidence.

4.1. Exemples institutionnels

Les exemples les plus en vue sont ceux repris dans le tableau ci-dessous :

Tableau 3 : Relevé de quelques exemples institutionnels d'usage de la chanson

Institution	Initiative	Source
Banque mondiale	Initiative #Music4Dev. En impliquant les artistes D'banj, Nneka et Fally Ipupa, cette initiative s'inscrit dans la logique des objectifs de développement durable	Lopez (2015)
Campagne cambodgienne de littératie financière	La chanson « Luy » interprétée par Oun illustre l'application du modèle d'edutainment.. L'impact d'une chanson est plus important lorsqu'elle est diffusée via les réseaux sociaux.	Singhal & Rogers (1999) Anantavrasilpa (2017)
Deutsche Bank	Les programmes musicaux éducatifs relèvent de la responsabilité sociale des entreprises, illustrant le rôle culturel des institutions financières.	Deutsche Bank (n. d.)

Source : Elaboration de l'auteur sur la base des travaux des auteurs cités.

Le cas de la Banque mondiale avec l'initiative *Music4Dev* et de la campagne cambodgienne de littératie financière montre que la musique peut être intégrée à une stratégie d'éducation au développement. En mobilisant des artistes populaires, la Banque mondiale a cherché à associer notoriété culturelle et objectifs de développement durable. Ce mécanisme repose sur le principe d'« edutainment » théorisé notamment par Singhal et Rogers (1999), selon lequel l'apprentissage est plus efficace lorsqu'il est intégré à un format divertissant. L'on en retiendra que la pédagogie économique ou sociale gagne en efficacité lorsqu'elle est incarnée par des vecteurs culturels populaires.

L'expérience cambodgienne autour de la chanson « Luy » relève que l'impact d'un contenu musical est démultiplié par la diffusion numérique. La musique devient alors un outil viral, un vecteur d'appropriation collective, un catalyseur d'engagement citoyen. En somme, l'efficacité d'une initiative musicale dépend moins du support artistique en soi que de sa stratégie de diffusion et d'appropriation digitale.

Le cas de la Deutsche Bank illustre une autre dimension : la musique peut relever de la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Dans ce cadre, elle ne sert pas seulement à transmettre un message économique, mais à :

- renforcer l'ancrage culturel de l'institution,
- humaniser son image,
- construire une réputation fondée sur l'engagement sociétal.

La leçon à retenir est que la musique peut participer à la légitimation symbolique d'une institution financière.

Les expériences ci-dessus permettent de retenir comme leçon centrale que la musique, lorsqu'elle est stratégiquement intégrée à une politique de communication, peut devenir un instrument puissant d'éducation économique, de mobilisation sociale et de construction de crédibilité institutionnelle. Autrement dit, la musique n'est pas un simple outil artistique ; elle devient un vecteur stratégique de transformation comportementale et d'influence institutionnelle.

Dans le contexte africain, des initiatives analogues, bien que moins formalisées, ont été observées dans le cadre de campagnes de sensibilisation financière utilisant la radio communautaire et les expressions culturelles locales. Par exemple, certaines campagnes en Afrique de l'Ouest ont mobilisé des chansons et des sketchs radiophoniques pour promouvoir l'épargne et les services financiers inclusifs (CGAP, 2010). Ces expériences suggèrent que l'efficacité des messages économiques dépend fortement de leur inscription dans des registres culturels familiers aux populations cibles.

5. Analyse comparative structurée

Selon George et Bennett (2005), la comparaison structurée exige l'application systématique de questions identiques à chaque cas. Dans la présente analyse :

- les initiatives de la Banque mondiale relèvent du développement ;
- la campagne cambodgienne relève de la littératie ;
- la Deutsche Bank agit dans un cadre de responsabilité sociale ;
- la BCC intègre directement la musique à une stratégie monétaire.

Cette différence qualitative confirme l'originalité du cas congolais. Coenen et al. (2017) montrent que les banques centrales ont diversifié leurs supports en période non conventionnelle. Toutefois, aucune grande banque centrale n'a institutionnalisé une chanson comme outil officiel de légitimation monétaire.

Afin de systématiser la comparaison, le tableau 4 synthétise les principales caractéristiques des initiatives étudiées. Il met en évidence une évolution des approches de communication

économique, allant de formes essentiellement cognitives et descendantes vers des dispositifs plus intégrés, mobilisant les dimensions émotionnelles et culturelles. Les résultats de l'analyse de contenu présentés à la section 4 permettent désormais de confronter empiriquement le cas congolais aux expériences internationales retenues. Ils montrent que le dispositif congolais combine des registres cognitif, identitaire, émotionnel et prescriptif, tout en inscrivant la monnaie nationale dans des référents culturels et territoriaux propres au contexte étudié.

Tableau 4 : Comparaison des approches de communication économique et monétaire

Initiative	Type de communication	Support principal	Public cible	Objectif	Mécanisme d'impact	Limites
Banque mondiale (films éducatifs)	Pédagogique institutionnelle	Films, vidéos	Grand public, décideurs	Sensibilisation aux enjeux économiques globaux	Transmission cognitive, vulgarisation	Approche descendante, faible appropriation culturelle
Cambodge (dédollarisation)	Politique publique + communication	Réglementation + campagnes	Agents économiques nationaux	Réduction de la dollarisation	Incitations institutionnelles + signal politique	Dépendance aux fondamentaux macroéconomiques
Deutsche Bank (arts visuels)	Communication symbolique	Art contemporain, expositions	Public international	Image de marque, influence	Construction d'un capital symbolique	Effet indirect sur comportements économiques
Campagnes africaines (radio, sketchs)	Communication populaire	Radio, théâtre, musique	Populations locales	Inclusion financière, éducation	Identification culturelle, proximité	Difficulté de mesure d'impact
RDC – "Franc Congolais Nkolo Mabele"	Communication monétaire culturelle et prescriptive	Chanson, diffusion médiatique	Population congolaise	Valorisation du CDF et promotion de son usage	Identification nationale → confiance → injonction d'usage	Effet comportemental non mesuré

Source : Elaboration de l'auteur.

La communication monétaire peut être analysée comme un système de transmission analogue aux mécanismes de transmission de la politique monétaire. Le tableau 5 est explicite à cet effet.

Tableau 5 : Canaux de transmission de la communication vers les variables macroéconomiques

Dimension de communication	Canal / support	Variable intermédiaire	Effet comportemental	Variable macroéconomique affectée	Horizon
Information analytique	Rapports, communiqués, conférences	Anticipations d'inflation	Ajustement des décisions d'investissement et de consommation	Inflation, taux d'intérêt	Court à moyen terme
Forward guidance	Déclarations prospectives	Anticipations des agents économiques	Alignement des comportements sur la trajectoire annoncée	Inflation, taux de change	Court terme
Communication pédagogique	Vidéos, infographies, campagnes éducatives	Compréhension économique	Adoption de comportements rationnels (épargne, usage de la monnaie)	Inclusion financière, stabilité monétaire	Moyen terme
Communication symbolique	Musique, art, narration culturelle	Identité monétaire	Renforcement de la confiance collective	Usage de la monnaie nationale ; contribution potentielle à la dédollarisation	Moyen à long terme
Communication de proximité	Terrain (marchés, HORECA, caravanes)	Habitudes transactionnelles	Usage accru du CDF dans les échanges	Vitesse de circulation de la monnaie, efficacité monétaire	Court à moyen terme
Communication digitale	Réseaux sociaux, influenceurs	Diffusion de l'information	Effet d'imitation, viralité	Anticipations, comportement de change	Court terme

Source : Elaboration de l'auteur.

Le tableau 5 met en évidence le caractère multidimensionnel de la communication des banques centrales. Loin de se limiter à la diffusion d'informations, celle-ci agit à travers plusieurs canaux complémentaires, influençant à la fois les anticipations, les représentations et les comportements des agents économiques. En particulier, la communication symbolique, bien que moins formalisée, apparaît comme un levier pertinent dans les contextes de faible crédibilité institutionnelle ou de forte dollarisation, où la confiance ne repose pas uniquement sur les fondamentaux macroéconomiques, mais également sur des dynamiques sociales et culturelles. Cette lecture élargie permet de mieux comprendre comment une initiative comme « Franc Congolais Nkolo Mabele » peut s'inscrire dans un dispositif global de stabilisation monétaire.

Sur la base des éléments comparatifs et des mécanismes identifiés, il est possible de proposer un modèle intégré de transmission communicationnelle appliqué aux banques centrales. C'est l'objet de l'encadré qui suit.

Encadré 1 : Modèle de transmission communicationnelle de la politique monétaire

La communication des banques centrales peut être appréhendée comme un mécanisme de transmission à part entière, complémentaire aux canaux traditionnels de la politique monétaire. Ce modèle repose sur une chaîne en cinq étapes interdépendantes :

1. ***Production du message***

   Élaboration d'un contenu fondé sur l'analyse macroéconomique (prévisions, décisions, scénarios).

2. ***Canal de diffusion***

   Mobilisation de supports variés (institutionnels, pédagogiques, culturels, digitaux).

3. ***Réception cognitive et émotionnelle***

   Interprétation du message par les agents, combinant compréhension rationnelle et réaction affective.

4. ***Formation des anticipations et des représentations***

   Ajustement des attentes concernant l'inflation, le taux de change et la stabilité économique.

5. **Effets *comportementaux* et macroéconomiques**

   Modification des décisions (consommation, épargne, choix de devise), influençant les variables macroéconomiques.

Dans ce cadre, la communication culturelle — notamment musicale — agit comme un accélérateur de diffusion et un catalyseur d'adhésion, en renforçant l'identification collective à la monnaie nationale. Elle ne se substitue pas aux fondamentaux macroéconomiques, mais contribue à leur efficacité en facilitant la transmission des signaux monétaires.

Discussion et implications

5.1. Dollarisation, mémoire des crises et psychologie économique

La dollarisation partielle observée en République démocratique du Congo ne peut être réduite à un arbitrage strictement rationnel de portefeuille. Les travaux de Reinhart et Rogoff (2009) montrent que la mémoire des crises inflationnistes produit des effets persistants de défiance, parfois indépendants des fondamentaux macroéconomiques contemporains. La défiance monétaire possède ainsi une dimension historique et émotionnelle.

Dans la même veine, Akerlof et Shiller (2009) soulignent que la confiance constitue un déterminant central des dynamiques économiques. Les « animal spirits » structurent les anticipations et influencent les comportements d'épargne et d'investissement.

Dans un tel contexte, une stratégie symbolique peut être interprétée comme un instrument visant à agir sur la dimension psychologique de la préférence monétaire. Elle ne remplace pas les fondamentaux, mais peut contribuer à atténuer l'hystérèse comportementale issue des épisodes inflationnistes passés.

5.2. **Communication symbolique et réduction de la dollarisation**

L'intégration des apports théoriques permet de formaliser le mécanisme suivant :

Communication culturelle

↓

Ancrage identitaire + activation émotionnelle + compréhension cognitive

↓

Représentation positive du Franc Congolais

↓

Confiance monétaire

↓

Disposition à privilégier le CDF

↓

Usage effectif du CDF (à tester)

↓

Contribution éventuelle à la dédollarisation (à tester)

Ce mécanisme décrit une chaîne théorique dans laquelle chaque étape remplit une fonction spécifique. La communication culturelle traduit le message monétaire dans des registres cognitifs, identitaires et émotionnels susceptibles de contribuer à la formation d'une représentation positive de la monnaie et d'une disposition favorable à son utilisation. Le passage de cette disposition au comportement effectif, puis à une éventuelle réduction de la dollarisation, demeure toutefois une relation à tester empiriquement.

Ce mécanisme est cohérent avec la théorie des anticipations (Woodford, 2003) et avec l'analyse comportementale (Kahneman, 2011 ; Akerlof & Shiller, 2009). Cependant, comme le rappellent Kydland et Prescott (1977), aucune communication ne peut compenser une incohérence macroéconomique.

En termes d'implications pour les banques centrales africaines, la présente étude suggère :

- une diversification des supports ;
- intégration des référents culturels locaux ;
- cohérence entre symbolique et fondamentaux économiques.

5.3. **Limites et conditions de validité**

L'efficacité d'une stratégie de communication symbolique demeure conditionnelle à plusieurs facteurs. Premièrement, elle suppose un

minimum de cohérence macroéconomique. Comme l'ont montré Kydland et Prescott (1977), la crédibilité ne peut être durablement établie en présence d'incohérences entre discours et actions. Deuxièmement, l'impact de la musique dépend de sa diffusion et de son appropriation sociale. Une œuvre peu relayée ou perçue comme artificielle aura un effet limité. Enfin, les effets comportementaux restent difficiles à mesurer en l'absence de dispositifs empiriques robustes. Ces limites invitent à considérer la communication culturelle comme un complément, et non un substitut, aux politiques macroéconomiques.

6. Conclusion

Cet article propose une extension du cadre d'analyse de la crédibilité monétaire par l'intégration explicite de sa dimension culturelle. La chanson apparaît comme un instrument symbolique non conventionnel, susceptible d'agir indirectement sur la confiance.

L'intégration des apports de la sociologie économique et de la théorie de la performativité conduit à proposer une conceptualisation élargie de la crédibilité monétaire. Celle-ci peut être envisagée comme le produit de trois dimensions complémentaires :

- cohérence macroéconomique
- cohérence institutionnelle
- cohérence symbolique.

La crédibilité ne résulte pas uniquement du respect de règles formelles, mais également de la capacité de l'institution monétaire à produire un univers de signification partagé. Dans cette perspective, l'analyse de « Franc Congolais Nkolo Mabele » met en évidence un dispositif original de communication symbolique associant identité nationale, confiance monétaire et prescriptions d'usage de la monnaie.

Dans les économies émergentes, la crédibilité monétaire ne se construit pas seulement dans les salles de marché ou les comités de politique monétaire. Elle se construit aussi dans l'espace symbolique. En intégrant la dimension culturelle à la stratégie de communication, la Banque Centrale du Congo expérimente une voie originale : celle d'une crédibilité enracinée dans l'imaginaire national. La stabilité macroéconomique demeure une condition fondamentale de la crédibilité monétaire ; la confiance collective en constitue une dimension complémentaire essentielle. La communication culturelle ne saurait dès lors se substituer aux fondamentaux économiques, mais peut constituer un canal d'accompagnement de leur transmission et de leur appropriation sociale.

Des recherches futures devront tester empiriquement l'effet comportemental par enquêtes expérimentales.

Au-delà du cas congolais, cette réflexion ouvre un champ de recherche plus large sur les interactions entre culture, communication et politiques économiques dans les économies émergentes. Elle invite à repenser la communication des banques centrales comme un espace hybride, à la croisée de l'expertise technique et de la construction symbolique. Dans un contexte de transformation des modes de communication et de montée des enjeux de confiance, l'intégration des dimensions culturelles pourrait constituer un levier stratégique encore largement sous-exploité.

Références bibliographiques

Aglietta, M., & Orléan, A. (2002). La monnaie entre violence et confiance. Odile Jacob.

Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2009). *Animal spirits: How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism*. Princeton University Press.

Anantavrasilpa, R. (2017, September 15). *Let's talk money: New campaign helps Cambodia's new generation on financial management*. World Bank Blogs.

Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of na-*

tionalism. Verso.

Barro, R. J., & Gordon, D. B. (1983). Rules, discretion and reputation in a model of monetary policy. *Journal of Monetary Economics*, 12(1), 101–121. doi:10.1016/0304-3932(83)90051-X.

Blinder, A. S., Ehrmann, M., Fratzscher, M., de Haan, J., & Jansen, D.-J. (2008). Central bank communication and monetary policy: A survey of theory and evidence. *Journal of Economic Literature, 46*(4), 910–945. doi:10.1257/jel.46.4.910.

Boltanski, L., & Thévenot, L. (1991). *De la justification: Les économies de la grandeur*. Gallimard.

Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques: Sur la théorie de l'action*. Seuil.

Callon, M. (1998). Introduction: The embeddedness of economic markets in economics. In M. Callon (Ed.), *The laws of the markets* (pp. 1–57). Blackwell.

Calvo, G. A., & Végh, C. A. (1992). *Currency substitution in developing countries: An introduction* (IMF Working Paper No. 92/40). International Monetary Fund. doi:10.5089/9781451845884.001.

CGAP. (2010). *Financial access 2010: The state of financial inclusion through the crisis*. CGAP & World Bank Group.

Coenen, G., Ehrmann, M., Gaballo, G., Hoffmann, P., Nakov, A., Nardelli, S., Persson, E., & Strasser, G. (2017). *Communication of monetary policy in unconventional times* (ECB Working Paper Series No. 2080). European Central Bank.

De Fiore, F., Maurin, A., Mijakovic, A., & Sandri, D. (2024). *Monetary policy in the news: Communication pass-through and inflation expectations* (BIS Working Papers No. 1231). Bank for International Settlements.Dubois, A., & Gadde, L. E. (2002). Systematic combining. *Journal of Business Research*, 55(7), 553–560.

Deutsche Bank. (n.d.). *Music initiatives*. Deutsche Bank.

Dubois, A., & Gadde, L.-E. (2002). Systematic combining: An abductive approach to case research. *Journal of Business Research, 55*(7), 553–560. doi:10.1016/S0148-2963(00)00195-8.

Ehrmann, M., & Fratzscher, M. (2007). Communication by central bank committee members: Different strategies, same effectiveness? *Journal of Money, Credit and Banking, 39*(2–3), 509–541. doi:10.1111/j.0022-2879.2007.00034.x.

Casiraghi, M., & Perez, L. P. (2022). *Central bank communications*. International Monetary Fund.

George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.

Al-Mashat, R., Clinton, K., Laxton, D., & Wang, H. (2018). Nuts and bolts of a forecasting and policy analysis system. In T. Adrian, D. Laxton, & M. Obstfeld (Eds.), *Advancing the frontiers of monetary policy*. International Monetary Fund.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Kydland, F. E., & Prescott, E. C. (1977). Rules rather than discretion: The inconsistency of optimal plans. *Journal of Political Economy, 85*(3), 473–491. doi:10.1086/260580.

Lopez, K. (2015, May 5). *New #Music4Dev series aims to help end poverty one song at a time*. World Bank Blogs.

Lull, J. (Ed.). (1987). *Popular music and communication*. Sage.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Econom-*

ic Literature, 52(1), 5–44. doi:10.1257/jel.52.1.5.

Nye, J. S., Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Orléan, A. (2011). *L'empire de la valeur : Refonder l'économie*. Seuil.

Reinhart, C. M., & Rogoff, K. S. (2009). *This time is different: Eight centuries of financial folly*. Princeton University Press.

Singhal, A., & Rogers, E. M. (1999). *Entertainment-education: A communication strategy for social change*. Lawrence Erlbaum Associates.

Street, J. (2012). *Music and politics*. Polity Press.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

Timmermans, S., & Tavory, I. (2012). Theory construction in qualitative research: From grounded theory to abductive analysis. *Sociological Theory, 30*(3), 167–186. doi:10.1177/0735275112457914.

Woodford, M. (2003). *Interest and prices: Foundations of a theory of monetary policy*. Princeton University Press.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage.

Zelizer, V. A. (1994). *The social meaning of money: Pin money, paychecks, poor relief, and other currencies*. Basic Books.