



Les Français et l'inflation en 2023

Le triangle vertueux « information, connaissance, confiance » favorise la stabilité des prix

La Banque de France a conduit avec l'institut CSA, en 2023, une enquête auprès de 5 028 résidents français afin d'évaluer leur niveau d'attention et de connaissance sur les sujets de politique monétaire, leur confiance dans l'action de la banque centrale, ainsi que leurs perceptions et anticipations d'inflation. En effet, la politique monétaire agit sur les taux d'intérêt pour assurer la stabilité des prix à moyen terme, mais la confiance dans l'action de la banque centrale joue aussi un rôle important dans la transmission de la politique monétaire à l'économie. L'analyse des réponses établit que des facteurs personnels, comme l'âge, le genre ou l'expérience d'achat, influencent les anticipations d'inflation, mais également que plus les niveaux de confiance, d'attention et de connaissance de la politique monétaire sont élevés, plus l'inflation anticipée est basse. Cela souligne l'importance pour les banques centrales d'une communication pédagogique et convaincante pour lutter contre l'inflation.

Vincent BIGNON
Direction de la Communication

Codes JEL
E3, E5

Erwan GAUTIER
Direction des Enquêtes de conjoncture et des Analyses microéconomiques et structurelles

77 %

le pourcentage de ménages qui estiment important à très important d'être informé sur la politique monétaire

47 %

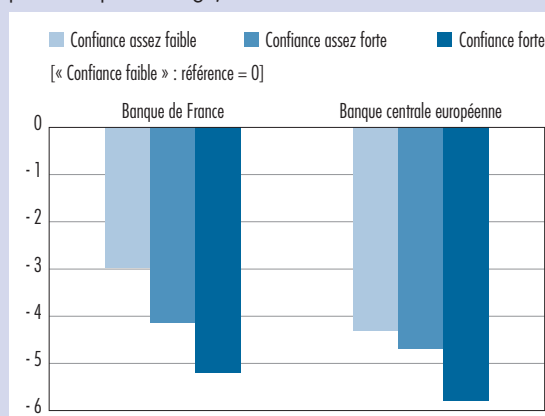
le pourcentage de ménages qui déclarent connaître au moins les grands principes de la politique monétaire

- 1,3 point de pourcentage

l'effet moyen de la connaissance de politique monétaire déclarée par les ménages sur leur anticipation d'inflation

Effet du niveau de confiance dans la banque centrale sur les anticipations d'inflation des ménages

(en points de pourcentage)



Lecture : Les personnes qui déclarent une confiance forte (note comprise entre 8 et 10/10) dans l'action de la Banque de France ont des anticipations d'inflation à 12 mois inférieures de 5,2 points à celle des personnes qui ont un niveau de confiance faible (note entre 0 et 1/10). « Confiance assez faible » correspond à une note comprise entre 2 et 4/10, et « Confiance assez forte » à une note entre 5 et 7/10.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.



L'inflation continue d'être, en 2023, l'enjeu économique prioritaire de l'Eurosystème, qui met en œuvre depuis 2022 une politique monétaire active pour faire revenir l'inflation à 2%, en augmentant les taux d'intérêt.

La recherche universitaire établit que la politique monétaire est plus efficace quand les anticipations d'inflation des agents économiques sont stables et proches de la cible d'inflation. Une des conditions de la stabilité des prix à moyen terme est en effet que les ménages et les entreprises n'anticipent pas une inflation élevée. Cela perturberait sinon leurs décisions de consommation ou de fixation des prix, au risque d'entretenir cette inflation¹. Assurer la stabilité des prix consiste donc, pour la banque centrale, à permettre aux différents acteurs économiques de coordonner leurs décisions autour d'une cible d'inflation commune et crédible².

L'efficacité de la politique monétaire dépend alors de sa capacité à influencer sur les anticipations des agents économiques, notamment des ménages (Lagarde, 2023). Or, les perceptions et les anticipations d'inflation sont très variables d'un individu à l'autre et dépendent de facteurs sociodémographiques comme l'âge ou le genre, mais aussi de leur expérience d'achat de biens spécifiques, en particulier ceux qu'ils achètent fréquemment (Bignon et Gautier, 2022). Dès lors, comment les banques centrales peuvent-elles agir sur les anticipations d'inflation des ménages ? Une condition première réside dans la confiance accordée à la banque centrale pour lutter contre l'inflation. Une communication accessible, transparente et convaincante (Hermel et Proissl, 2023) peut favoriser cette confiance, et elle sera d'autant plus efficace que les ménages et les chefs d'entreprise sont attentifs et comprennent l'action entreprise par la banque centrale (Assenmacher *et al.*, 2022).

Afin de mesurer la connaissance des ménages sur la politique monétaire, le degré de confiance accordé à la

banque centrale et l'impact de leur niveau d'attention à son action sur leurs anticipations d'inflation, la Banque de France conduit chaque année, depuis 2021, une enquête avec l'institut CSA. Celle de 2023 est intervenue entre le 28 février et le 28 mars, auprès de 5 028 résidents de 18 ans et plus représentatifs de la population française.

L'étude fait ressortir que les Français³ jugent important d'être informés sur la politique monétaire et ont un niveau de confiance relativement élevé dans la Banque de France et la Banque centrale européenne (BCE). Cette confiance joue un rôle d'autant plus important sur les anticipations d'inflation que les personnes connaissent et comprennent la politique monétaire. Enfin, un niveau de confiance plus élevé, doublé d'une meilleure connaissance et d'une attention aux enjeux de politique monétaire, contribue à ancrer les anticipations des ménages sur l'objectif d'inflation à 2%, ce qui renforce l'efficacité de la transmission de la politique monétaire à l'économie.

1 S'informer sur la politique monétaire : des sources différenciées selon les ménages

Plus des trois quarts des Français estiment important de s'informer sur la politique monétaire

Depuis 2022, l'inflation dépasse le seuil de 2% visé par l'Eurosystème, et est le principal sujet de préoccupation des Français. Près des deux tiers d'entre eux déclarent en 2023 que l'inflation et le pouvoir d'achat constituent leur première préoccupation économique. Cette proportion augmente de 5 points de pourcentage (pp) par rapport à l'enquête 2022 (Bignon et Gautier, 2022). La politique monétaire et l'action des banques centrales suscitent donc légitimement un intérêt soutenu des Français : plus des trois quarts d'entre eux estiment important à très important de s'informer sur la politique monétaire (cf. graphique 1 *infra*).

1 Cf. par exemple le résumé des travaux empiriques par Weber *et al.* (2022) et les résultats d'une enquête Banque de France auprès de chefs d'entreprise par Savignac *et al.* (2022).

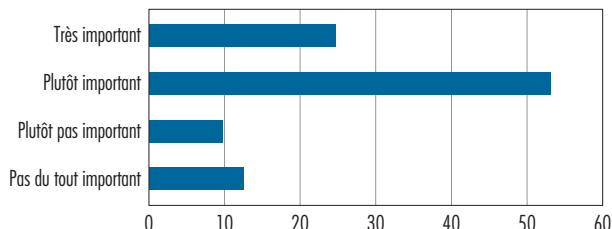
2 Les dernières données des enquêtes auprès des ménages ou des chefs d'entreprise indiquent que leurs anticipations d'inflation de long terme ne se sont pas grandement écartées de la cible lors du regain d'inflation – cf. Banque de France (2023) et BCE (2023).

3 Dans cette enquête, les personnes interrogées sont des résidents français.



G1 Importance attribuée à l'information sur la politique monétaire

(en % des réponses)



Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

Toutefois, si la demande d'information sur la politique monétaire est globalement forte, l'intérêt pour l'action de la banque centrale s'avère hétérogène au sein de la population. Toutes choses égales par ailleurs, la demande d'information est plus importante chez les femmes, les personnes de moins de 50 ans, les diplômés de l'enseignement supérieur, et les résidents des communes de plus de 20 000 habitants. L'intérêt pour l'action de la banque centrale croît avec le niveau déclaré de connaissance des sujets de politique monétaire (cf. section 2).

Moins de 10% des individus indiquent ne recevoir aucune information sur la politique monétaire⁴. Ils sont proportionnellement plus nombreux parmi ceux qui estiment non important de recevoir ce type d'information ou qui ont peu de connaissances sur le sujet.

La télévision reste la première source d'information sur la politique monétaire

Par quels canaux les ménages reçoivent-ils de l'information sur la politique monétaire ? Très peu l'obtiennent directement de la banque centrale (environ 5% par le site Internet de la Banque de France), et la majorité cite différents médias⁵.

En France, 59% des personnes interrogées déclarent être informées sur la politique monétaire par la télévision, qui se positionne de loin comme la première source d'information en la matière (cf. graphique 2), au même niveau qu'en 2022. Les personnes qui reçoivent ces

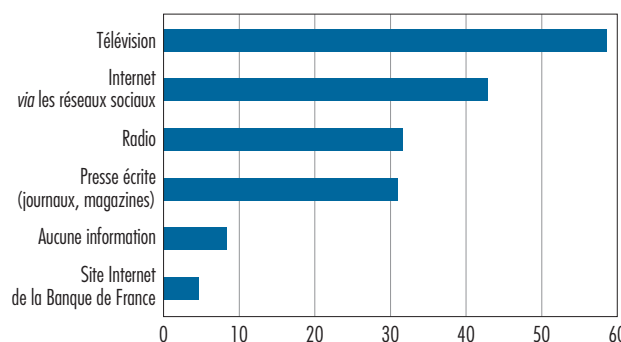
informations par la télévision sont en moyenne plus souvent des femmes ou des personnes de plus de 35 ans. Elles disposent aussi en moyenne d'un niveau de revenu moins élevé et résident plus souvent en zone rurale. Elles déclarent moins bien connaître les sujets de politique monétaire, mais placent l'inflation et le pouvoir d'achat plus souvent que les autres au premier rang de leurs préoccupations du moment.

Les réseaux sociaux et Internet constituent le deuxième canal d'information sur la politique monétaire, cités par 43% des répondants, en hausse de 7 pp par rapport à 2022⁶. En moyenne, ils sont plus jeunes (moins de 35 ans), diplômés entre Bac et Bac+4, et considèrent plus fréquemment que s'informer sur le sujet est important. Ils déclarent aussi plus souvent que l'inflation et le pouvoir d'achat constituent leur préoccupation majeure.

Suivent enfin, dans une même proportion d'un peu plus de 30% des répondants, la radio (stable depuis 2022) et la presse (en baisse de 4 pp). Les personnes sont ici plus souvent que la moyenne en emploi, plus âgées et plus diplômées, et plus nombreuses à déclarer connaître au moins les grands principes de la politique monétaire. Par ailleurs, l'inflation et le pouvoir d'achat les préoccupent en moyenne moins que le reste de la population⁷.

G2 Canaux d'information cités sur la politique monétaire

(en % des réponses)



Note : Plusieurs réponses possibles par personne interrogée.
Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

⁴ Ce pourcentage correspond à la part des individus qui déclarent ne pas recevoir d'information sur la politique monétaire quand on leur présente différents canaux à partir desquels ils pourraient recevoir de l'information sur la politique monétaire.

⁵ Un tiers des ménages sont informés par un seul canal, 40% par deux canaux et 15% par trois canaux ou plus.

⁶ Ehrmann et Wabitsch (2022) font état que le trafic sur le réseau Twitter, y compris par le grand public, réagit à la communication de la BCE.

⁷ Conrad et al. (2022) obtiennent des résultats analogues à partir d'une enquête auprès des ménages allemands.



Au total, les sources d'information sur la politique monétaire diffèrent fortement au sein de la population. Pour une banque centrale, cela implique que la communication sur sa politique monétaire soit précisément orientée : elle doit utiliser les différents médias de façon adaptée aux publics visés.

Les anticipations d'inflation diffèrent selon la source d'information

Les perceptions et anticipations d'inflation déclarées varient assez largement selon les personnes et sont souvent supérieures à l'inflation réelle⁸. De nombreux facteurs individuels liés aux expériences d'achat, à la composition du panier de consommation ou à la méconnaissance du calcul de l'inflation contribuent à ces différences (Bignon et Gautier, 2022).

⁸ Les résultats étant semblables pour la perception de l'inflation actuelle ou future, nous ne présentons que ceux sur l'inflation future.

ENCADRÉ

Les perceptions et anticipations d'inflation : des différences marquées entre individus

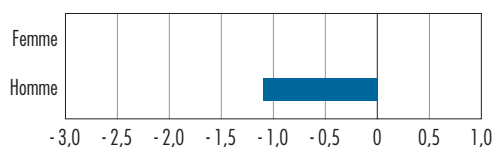
Parmi les répondants à l'enquête, les écarts observés dans leur perception de l'inflation et l'inflation anticipée à un an peuvent être reliés à certaines caractéristiques personnelles. L'anticipation d'inflation chez les hommes est en moyenne inférieure de plus d'un point de pourcentage à celle des femmes, tandis que l'anticipation moyenne diminue aussi nettement avec l'âge. Les personnes titulaires d'un diplôme de type Bac+2 ou plus déclarent également des anticipations et des perceptions plus faibles. Enfin, les anticipations diminuent aussi, en moyenne, avec la progression du revenu déclaré (cf. graphique A).

GA Effet des caractéristiques sociodémographiques sur les anticipations d'inflation

(en points de pourcentage)

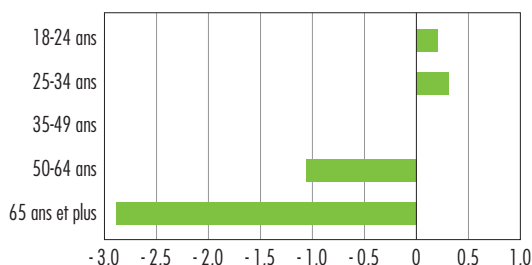
a) Genre

[« Femme » : référence = 0]



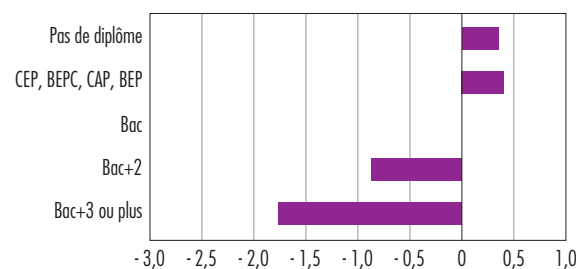
b) Âge

[« 35-49 ans » : référence = 0]



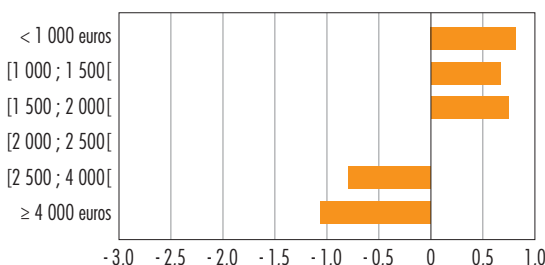
c) Diplôme

[« Bac » : référence = 0]



d) Revenu mensuel net

[« Entre 2 000 et 2 500 euros » : référence = 0]



Lecture : Les résultats se lisent relativement à une modalité de « référence » indiquée au-dessus de chaque graphique. L'axe des abscisses indique l'écart d'inflation anticipée en points de pourcentage par rapport à cette modalité de référence. Par exemple, les personnes âgées de plus de 65 ans ont en moyenne une anticipation d'inflation, sur les 12 prochains mois, inférieure de près de 3 points à celle des personnes âgées de 35 à 49 ans.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

.../...



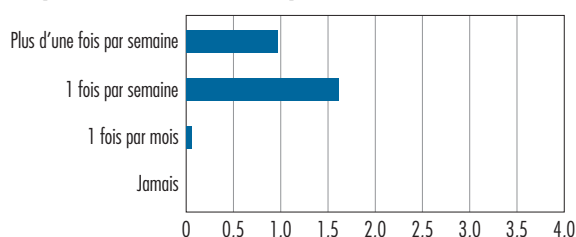
Cette hétérogénéité des réponses est également liée aux expériences d'achat. Les personnes qui déclarent observer une forte hausse des prix des fruits et légumes au cours des 12 derniers mois anticipent en moyenne une inflation supérieure de plus de 3 points de pourcentage à celle estimée par les personnes pour qui les prix des fruits et légumes ont stagné ou baissé. Les conclusions sont comparables pour les prix de l'essence. Enfin, les personnes qui achètent fréquemment de l'essence ont, en moyenne, une anticipation d'inflation plus élevée que celle des personnes qui en achètent rarement ou jamais (cf. graphique B).

GB Effet de l'expérience d'achat sur les anticipations d'inflation

(en points de pourcentage)

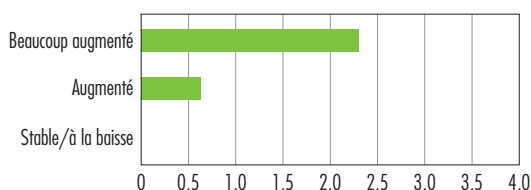
a) Fréquence d'achat d'essence

[« Jamais » : référence = 0]



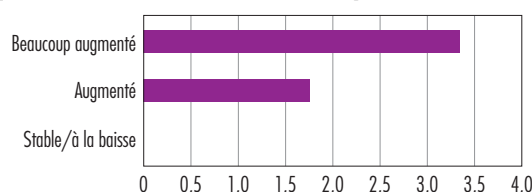
b) Prix de l'essence

[« Stable/à la baisse » : référence = 0]



c) Prix des fruits et légumes

[« Stable/à la baisse » : référence = 0]

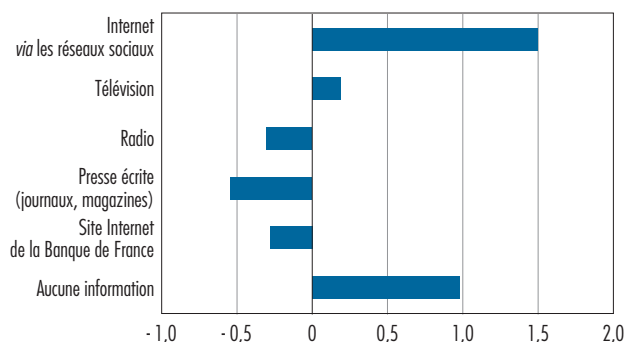


Lecture : Les résultats se lisent relativement à une modalité de « référence » indiquée au-dessus de chaque graphique. Par exemple, les personnes qui déclarent que les prix des fruits et légumes ont beaucoup augmenté ont en moyenne une anticipation d'inflation, sur les 12 prochains mois, supérieure de 3,3 points à celle des personnes pour qui ces prix sont restés stables ou ont baissé.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

G3 Source d'information sur la politique monétaire et inflation anticipée à 12 mois

(écarts à la moyenne, en points de pourcentage)



Lecture : Les personnes qui déclarent recevoir de l'information sur la politique monétaire par les réseaux sociaux ou Internet ont en moyenne une anticipation d'inflation à 12 mois supérieure de 1,5 point à l'anticipation moyenne des personnes sondées.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

L'analyse de l'impact des différentes sources d'information sur les anticipations d'inflation révèle des écarts importants. Quand les personnes interrogées

reçoivent de l'information par les réseaux sociaux, leur anticipation d'inflation est en moyenne supérieure de 1,5 point de pourcentage (cf. graphique 3 ci-contre). Quand leur source d'information est la presse écrite ou la radio, leur anticipation est en moyenne plus faible de 0,3 à 0,5 point de pourcentage. Enfin, les individus qui déclarent ne pas recevoir d'information ont des anticipations plus élevées que la moyenne. Ces différences sont similaires à celles mesurées sur les ménages allemands (Conrad *et al.*, 2022).

2 La connaissance des Français sur la politique monétaire

Près de la moitié des Français déclarent connaître la politique monétaire au moins dans ses grands principes

La communication de la banque centrale est d'autant plus efficace que le public connaît les objectifs de la politique monétaire et comprend son fonctionnement.



Or, la politique monétaire est souvent perçue comme difficile à appréhender. Seuls 7% des personnes interrogées déclarent très bien la connaître, tandis que plus de 40% à déclarent en connaître les grands principes. Enfin, une personne sur deux a indiqué ne pas du tout la connaître (cf. graphique 4), proportion stable depuis 2021, année de la première enquête.

Les hommes, les personnes de moins de 35 ans et de plus de 65 ans, celles qui perçoivent un revenu mensuel supérieur à 1 500 euros, et les diplômés post-bac déclarent plus fréquemment connaître la politique monétaire. Sans surprise, les personnes qui déclarent ne pas être informées et considèrent non important de l'être sont plus nombreuses à répondre ne pas connaître la politique monétaire. Enfin, les personnes qui reçoivent de l'information sur la politique monétaire par la télévision sont aussi plus nombreuses à estimer mal la connaître. Cela n'est pas spécifique aux ménages français. Van der Cruijssen *et al.* (2015) ont établi que la connaissance des ménages néerlandais de la BCE et de

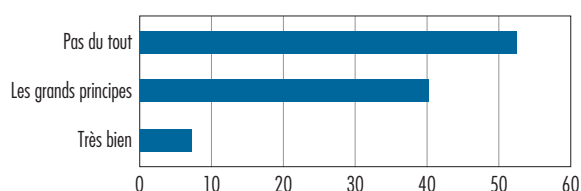
son action dépendait de leur formation initiale, du désir d'être informé ou encore du canal d'information utilisé.

Si environ la moitié des Français déclare connaître au moins les grands principes de politique monétaire, la proportion d'individus qui ont des connaissances précises en la matière est plus faible. À la question posée de l'objectif poursuivi par la politique monétaire (à partir d'une liste de choix), la réponse la plus fréquente est bien la stabilité des prix. Toutefois, seuls 34% des répondants la citent (+ 3 points par rapport à 2022), alors que 16% déclarent n'avoir aucune idée de l'objectif poursuivi (cf. graphique 4). Cette faible proportion de personnes qui connaissent l'objectif de stabilité des prix n'est pas particulière à la France : plusieurs études menées en Allemagne, aux États-Unis ou en Italie aboutissent à des résultats analogues (Hayo et Neuenkirch, 2018 ; Mellina et Schmidt, 2018 ; Coibion *et al.*, 2022 ; Bottone *et al.*, 2021). De même, une enquête menée auprès de chefs d'entreprise en Nouvelle-Zélande établit que seulement 30% d'entre eux environ citent correctement la stabilité des prix comme objectif de la banque centrale (Afrouzi *et al.*, 2015) ⁹.

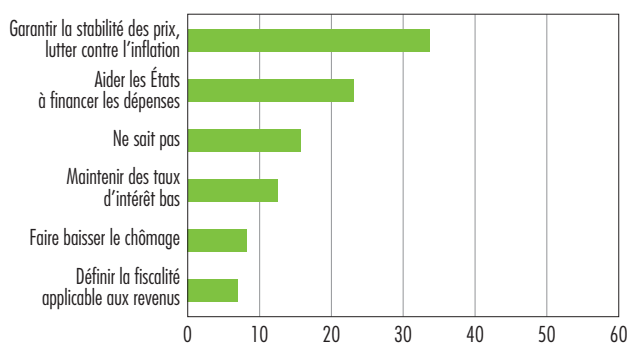
G4 Connaissance déclarée des sujets et objectifs de politique monétaire

(en % des réponses)

a) Degré de connaissance des sujets de politique monétaire



b) Objectif principal attribué à la politique monétaire



Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

Sur le niveau d'inflation visée par la banque centrale (2% dans la zone euro), la moitié des répondants environ déclarent ne pas le connaître. Si près d'un tiers des individus qui donnent une réponse chiffrée avancent une réponse comprise entre 1 et 3%, seuls 14% fournissent une réponse comprise entre 1,5 et 2,5%. Bottone *et al.* (2021) relèvent des proportions semblables en Italie. Cette relative méconnaissance de l'objectif d'inflation n'est pas propre aux ménages. Pour les chefs d'entreprise en Nouvelle-Zélande, Afrouzi *et al.* (2015) énoncent que seulement 12% d'entre eux sont en mesure de citer correctement l'inflation cible de la politique monétaire. Aux États-Unis, selon Candia *et al.* (2023), la moitié environ des chefs d'entreprise indiquent ne pas connaître la cible d'inflation de la banque centrale, et seulement un quart citent correctement la cible de 2%.

La connaissance de la cible d'inflation de la banque centrale varie cependant d'un individu à l'autre : les personnes qui donnent une réponse proche de la cible

⁹ Ces résultats ont toutefois été établis en période de faible inflation. Weber *et al.* (2023) démontrent à partir de données d'enquêtes auprès des ménages et des chefs d'entreprise que l'environnement économique, et notamment le niveau d'inflation, influe sur la façon dont les agents économiques acquièrent de l'information et des connaissances économiques.



sont plus souvent âgées de 50 ans et plus, et déclarent très bien connaître la politique monétaire et s'informer par la presse écrite. Elles citent également moins souvent que les autres personnes l'inflation ou le pouvoir d'achat comme une des deux préoccupations majeures du moment, ce qui peut traduire une plus grande confiance dans le retour à une inflation modérée.

La connaissance de la politique monétaire est associée à des anticipations d'inflation plus faibles

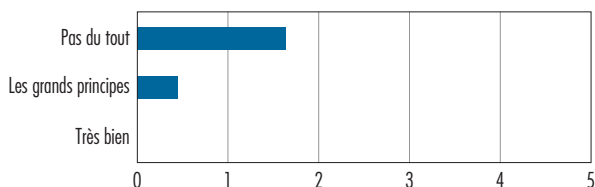
Toutes choses égales par ailleurs, les personnes qui déclarent connaître les grands principes de la politique monétaire ou très bien connaître la politique monétaire ont des anticipations d'inflation inférieures de plus d'un point de pourcentage à celles qui déclarent ne pas du tout connaître les sujets de politique monétaire (cf. graphique 5).

G5 Impact de la connaissance de politique monétaire sur l'inflation anticipée à 12 mois

(en points de pourcentage)

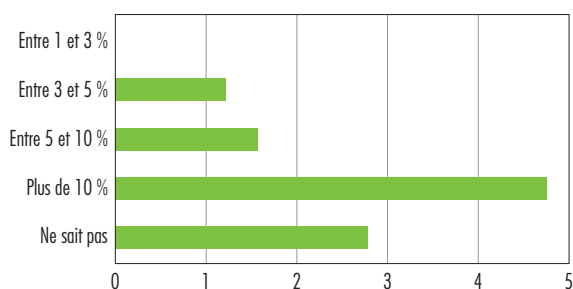
a) Connaissance de la politique monétaire

[« Très bien » : référence = 0]



b) Cible d'inflation

[« Entre 1 et 3 % » : référence = 0]



Lecture : Les personnes qui déclarent ne pas connaître du tout la politique monétaire ont en moyenne une anticipation d'inflation à 12 mois supérieure de 1,6 point de pourcentage (pp) à celle des personnes déclarant très bien connaître la politique monétaire. Les personnes qui estiment que la cible de la politique monétaire se situe entre 3 et 5 % ont des anticipations d'inflation supérieures de 1,2 pp à celles des personnes pour qui la cible se situe entre 1 et 3 %. Les résultats pour les personnes qui estiment que la cible est inférieure à 1 % ne sont pas reportés, car non significatifs. Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

De même, les personnes pour qui l'objectif d'inflation de la banque centrale se situe entre 1 et 3 % ont des anticipations inférieures d'au moins un point de pourcentage à celles des personnes qui donnent des taux supérieurs ou ne peuvent fournir de réponse. Cela implique que plus la connaissance de la politique monétaire est précise, plus la perception d'inflation est proche du niveau effectivement observé, et plus les anticipations convergent vers la cible d'inflation de la banque centrale.

Au total, l'objectif de la politique monétaire s'avère encore mal connu et les résultats de l'enquête suggèrent qu'une communication plus axée vers les personnes les moins au fait du sujet pourrait grandement aider à mieux ancrer les anticipations d'inflation du grand public.

3 Les Français ont confiance dans la Banque de France et la Banque centrale européenne

Une confiance relativement forte dans l'action de la Banque de France et de la BCE

Le sondage effectué invitait également les personnes à traduire en note, sur une échelle de 0 à 10, leur niveau de confiance dans différentes entités¹⁰. La confiance accordée à la Banque de France et à la BCE ressort comme élevée, avec également pour la Banque de France une évaluation en moyenne supérieure à celle de toutes les autres institutions présentées. Deux tiers des répondants ont attribué une note de 5 ou plus à la Banque de France, et 18 % la portent à 8 ou plus. Les résultats sont proches pour la BCE (60 % et 14 % respectivement). À titre de comparaison, pour l'Allemagne, Mellina et Schmidt (2018) indiquent que 55 % des ménages accordent une confiance forte à très forte à la Bundesbank, contre un niveau bien plus faible de 31 % pour la BCE.

La confiance dans la Banque de France et la BCE varie selon les individus. Elle est en moyenne plus forte parmi les femmes, les personnes de moins de 25 ans et de plus de 65 ans, celles qui sont diplômées du bac ou d'études supérieures, qui disposent d'un revenu mensuel supérieur à 1 500 euros ou résident dans des villes de plus de 20 000 habitants. Le niveau de confiance est moins élevé chez les personnes qui estiment que l'inflation et le pouvoir d'achat sont les préoccupations majeures du moment.

¹⁰ Banque de France, BCE, ministère de l'Économie et des Finances, réseaux sociaux, médias, ainsi que les experts au sens général.



Par ailleurs, en France, la confiance envers les réseaux sociaux ou les médias est bien plus faible qu'envers la Banque de France ou la BCE.

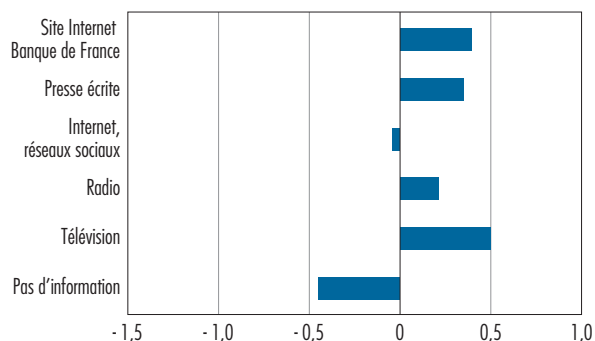
Communiquer et connaître renforcent la confiance dans la politique monétaire

Un lien existe entre le niveau de confiance déclaré dans la Banque de France et la demande d'information sur la politique monétaire ; l'attention sur le sujet serait donc plus forte quand la confiance existe. Ainsi, les personnes qui déclarent que s'informer sur la politique monétaire n'est pas du tout important ont en moyenne un niveau de confiance dans la Banque de France plus faible d'un point. De même, les personnes qui déclarent ne pas recevoir d'information sur la politique monétaire ont un niveau de confiance plus faible (- 0,5 point environ).

G6 Effet des sources d'information sur la confiance dans la Banque de France

a) Canal par lequel est reçue l'information sur la politique monétaire

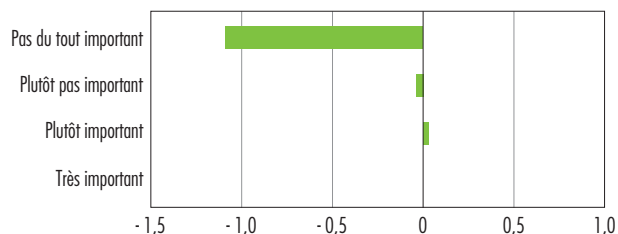
(écart à la moyenne, en points sur une note allant de 0 à 10)



b) Importance d'être bien informé sur la politique monétaire et l'action des banques centrales

(en points sur une note allant de 0 à 10)

[« Très important » : référence = 0]



Lecture : Les personnes qui reçoivent de l'information sur la politique monétaire par l'intermédiaire de la télévision ont un niveau de confiance envers la Banque de France supérieur de 0,5 point au niveau moyen.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

En revanche, les personnes qui reçoivent de l'information sur la politique monétaire par le moyen de la télévision, de la radio ou de la presse ont en moyenne un niveau de confiance plus fort (cf. graphique 6).

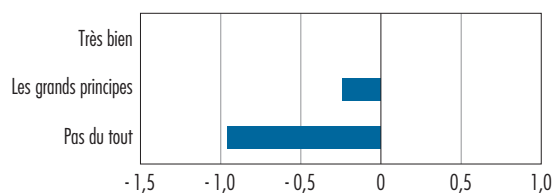
Confiance et connaissances sur la politique monétaire sont aussi liées¹¹. Les personnes qui déclarent ne pas du tout connaître la politique monétaire ont un niveau de confiance moyen inférieur d'un point par rapport à celles qui déclarent une très bonne connaissance (cf. graphique 7).

G7 Effet des connaissances de politique monétaire sur la confiance dans la Banque de France

(en points sur une note allant de 0 à 10)

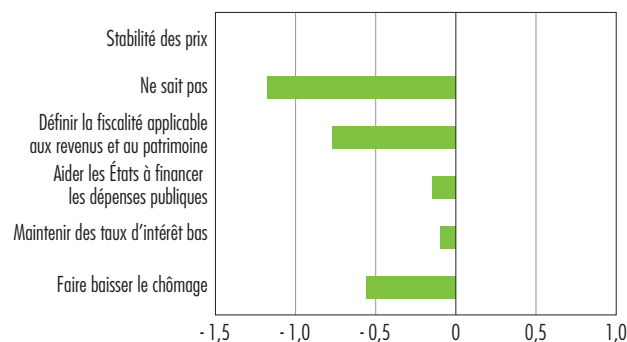
a) Connaissance déclarée sur la politique monétaire

[« Très bien » : référence = 0]



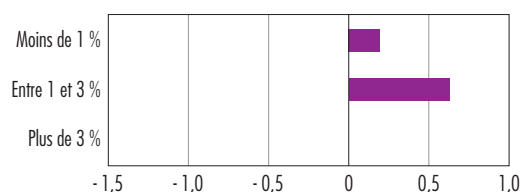
b) Objectif associé à la politique monétaire

[« Stabilité des prix » : référence = 0]



c) Cible d'inflation

[« Plus de 3 % » : référence = 0]



Lecture : Les personnes qui estiment ne pas connaître du tout la politique monétaire ont un niveau de confiance envers la Banque de France plus faible d'environ 1 point par rapport à pour ceux qui estiment très bien la connaître.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

¹¹ Hayo et Neuenkirch (2014) établissent à partir d'une enquête auprès de ménages allemands que les connaissances subjectives et objectives sur la politique monétaire favorisent la confiance dans l'action de la banque centrale.



De même, les personnes qui indiquent ne pas connaître l'objectif de la banque centrale ont un niveau de confiance plus faible que celles qui citent de façon correcte la stabilité des prix. Enfin, les ménages qui situent l'objectif d'inflation de la banque centrale entre 1 et 3 % ont en moyenne plus confiance dans la Banque de France, de 0,5 point par rapport aux autres ménages.

La confiance porte à des anticipations d'inflation plus faibles

Plus les ménages accordent une confiance à la Banque de France ou à la BCE, plus leurs anticipations d'inflation sont faibles (cf. graphique 8). Une même corrélation existe avec les médias ou les experts (au sens général), mais de façon nettement moins marquée.

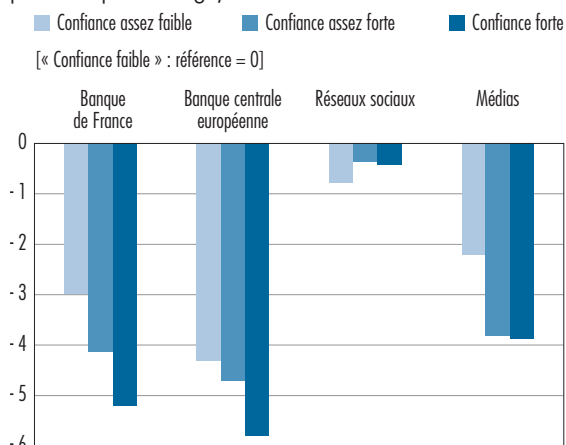
L'effet de la confiance sur les anticipations d'inflation est beaucoup plus manifeste pour les ménages qui expriment des anticipations élevées. Ainsi, une confiance

forte dans la Banque de France réduit de près de 7 points de pourcentage les anticipations des ménages qui expriment des anticipations relativement élevées (cf. graphique 9, 3^e quartile). Pour les ménages aux anticipations relativement faibles (1^{er} quartile), la réduction est de 3 points de pourcentage. Van der Crujssen *et al.* (2015) et Christelis *et al.* (2020) obtiennent des résultats semblables pour les ménages hollandais.

Au total, ces résultats confèrent à la confiance dans l'action de la Banque de France un rôle important pour stabiliser les anticipations des ménages autour de la cible d'inflation. L'enquête fait clairement ressortir que les niveaux de connaissance et de confiance dans la politique monétaire sont liés et conduisent les agents économiques à percevoir et anticiper un niveau d'inflation moins élevé. La politique monétaire ne se conduit pas uniquement par les taux, mais repose aussi sur une communication et une information pertinentes quant au public visé.

G8 Effet du niveau de confiance sur les anticipations d'inflation des ménages

(en points de pourcentage)

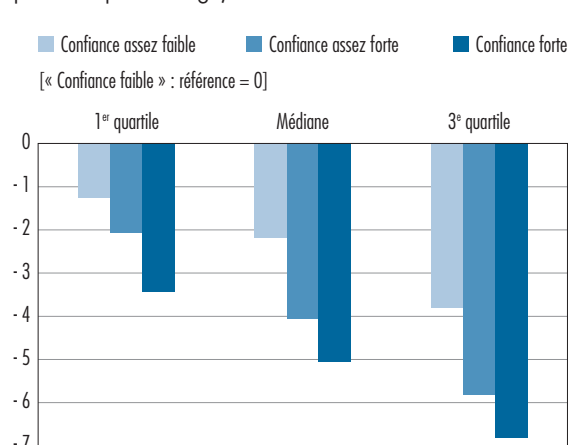


Lecture : Les personnes qui déclarent une confiance forte (note comprise entre 8 et 10/10) dans l'action de la Banque de France ont des anticipations d'inflation à 12 mois inférieures de 5,2 points à celle des personnes qui ont un niveau de confiance faible (note entre 0 et 1/10). « Confiance assez faible » correspond à une note comprise entre 2 et 4/10, et « Confiance assez forte » à une note entre 5 et 7/10.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.

G9 Effet du niveau de confiance en la Banque de France sur les anticipations d'inflation selon le niveau relatif des anticipations

(en points de pourcentage)



Lecture : Parmi les personnes qui déclarent un niveau d'anticipation d'inflation faible (1^{er} quartile, c'est-à-dire 25% des anticipations les plus faibles), avoir une forte confiance dans la Banque de France (note comprise entre 8 et 10/10) est associé une anticipation d'inflation inférieure de 3,4 points à celle des personnes qui ont une faible confiance (note comprise entre 0 et 1 sur 10). Le 3^e quartile correspond aux 25% des ménages aux réponses les plus élevées en matière d'anticipation.

Source : Enquête Banque de France-CSA, février-mars 2023.



*
**

Le mandat de la banque centrale est de garantir la stabilité des prix à moyen terme. Pour atteindre cet objectif, il est essentiel que les ménages et les entreprises soient convaincus de la crédibilité de l'action de la banque centrale dans sa lutte contre l'inflation et qu'ils anticipent que l'inflation va continuer à se replier vers la cible de 2%. La confiance dans l'action de la politique monétaire est donc un enjeu pour la communication des banques centrales. L'enquête menée auprès des ménages français en 2023 a permis à cet égard de tirer plusieurs enseignements importants.

Une majorité des ménages estiment important d'être informés sur la politique monétaire, d'autant plus quand l'inflation et le pouvoir d'achat sont au cœur de leurs préoccupations. De plus, même s'ils déclarent connaître les grands principes de la politique monétaire,

peu ont une idée précise des objectifs de la banque centrale. Or, le niveau de connaissance et d'intérêt pour la politique monétaire influe sensiblement sur le degré de confiance des Français dans l'action de la banque centrale, et cette confiance renforcée a un effet d'ancrage sur leurs anticipations d'inflation.

L'enquête confirme que la stabilisation des anticipations d'inflation autour de la cible de 2% et l'efficacité de la politique monétaire dépendent de la qualité de la communication. Cela renforce la légitimité des actions de pédagogie menées par la Banque de France auprès du grand public au cours des dernières années. Comme les sources d'information sont très différenciées par type de ménage, la banque centrale doit adapter sa communication selon les publics pour que le triangle vertueux de la diffusion de l'information, de la connaissance et de la confiance dans la banque centrale fonctionne pleinement.



Bibliographie

Afrouzi (H.), Coibion (O.), Gorodnichenko (Y.) et Kumar (S.) (2015)

« Inflation targeting does not anchor inflation expectations: Evidence from firms in New Zealand », *Brookings Papers on Economic Activity*, automne, p. 151-225.

Assenmacher (K.) et al. (2021)

« Clear, consistent and engaging: ECB monetary policy communication in a changing world », *Occasional Paper Series (related to the ECB's Strategy review 2020-21)*, n° 274, Banque centrale européenne, septembre (mise à jour en décembre).

[Télécharger le document](#)

Banque centrale européenne (2023)

« Inflation perceptions and expectations », *Consumer expectations survey*, octobre.

[Télécharger le document](#)

Banque de France (2023)

« Enquête trimestrielle auprès des entreprises sur leurs anticipations d'inflation. 3^e trimestre 2023 », *Stat Info*, septembre.

[Télécharger le document](#)

Bignon (V.) et Gautier (E.) (2022)

« Les Français et l'inflation en 2022 », *Bulletin de la Banque de France*, n° 243/1, novembre-décembre.

[Télécharger le document](#)

Bottone, (M.), Tagliabracchi (A.) et Zevi (G.) (2021)

« What do Italian households know about the ECB's Target? », *Economics Letters*, vol. 207, octobre.

Candia (B.), Coibion (O.) et Gorodnichenko (Y.) (2023)

« The macroeconomic expectations of firms », *Handbook of Economic Expectations*, chap. 11, p. 321-353.

Christelis (D.), Georgarakos (D.), Jappelli (T.) et van Rooij (M.) (2020)

« Trust in the central bank and inflation expectations », *International Journal of Central Banking*, vol. 16, n° 6, décembre.

Coibion (O.), Gorodnichenko (Y.) et Weber (M.) (2022)

« Monetary policy communications and their effects on household inflation expectations », *Journal of Political Economy*, vol. 130, n° 6, juin, p. 1537-1584.

Conrad (C.), Enders (Z.) et Glas (A.) (2022)

« The role of information and experience for households' inflation », *European Economic Review*, vol. 143, avril.

Ehrmann (M.) et Wabitsch (A.) (2022)

« Central bank communication with non-experts – A road to nowhere? », *Journal of Monetary Economics*, vol. 127, avril, p. 69-85.

Hayo (B.) et Neuenkirch (E.) (2014)

« The German public and its trust in the ECB: The role of knowledge and information search », *Journal of International Money and Finance*, vol. 47, octobre, p. 286-303.

Hayo (B.) et Neuenkirch (E.) (2018)

« The influence of media use on layperson monetary policy knowledge in Germany », *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 65, n° 1, février, p. 1-26.

Hermel (F.) et Proissl (W.) (2023)

« La communication, pilier stratégique de la politique monétaire », *Les Echos*, tribune, 30 août.

Hermel (F.) et Proissl (W.) (2023)

« Inflation : Pourquoi les banques centrales doivent plus et mieux communiquer », *Harvard Business Review France*, 23 septembre.

Lagarde (C.) (2023)

« Communication and monetary policy », discours lors du séminaire *Distinguished Speakers* organisé par l'European Economics and Financial Centre, Banque centrale européenne, septembre.

[Consulter le document](#)



Mellina (S.) et Schmidt (T.) (2018)

« The role of central bank knowledge and trust for the public's inflation expectations », *Deutsche Bundesbank Discussion Paper*, n° 32/2018, septembre (mise à jour le 18 novembre).

Savignac (F.), Gautier (E.), Gorodnichenko (Y.) et Coibion (O.) (2021)

« Anticipations d'inflation des entreprises : résultats d'une nouvelle enquête en France », *Document de travail*, n° 840, Banque de France, octobre.

[Télécharger le document](#)

Van der Cruijsen (C.), Jansen (D.-J.) et de Haan (J.) (2015)

« How much does the public know about the ECB's monetary policy? Evidence from a survey of Dutch households », *International Journal of Central Banking*, décembre, p. 169-218.

Weber (M.), Candia (B.), Ropele (T.), Lluberas (R.), Frache (S.), Meyer (B. H.), Kumar (S.), Gorodnichenko (Y.), Georgarakos (D.), Coibion (O.), Kenny (G.) et Ponce (J.) (2023)

« Tell me something I don't already know: Learning in low and high-inflation settings », *NBER Working Paper Series*, n° 31485, juillet.

Weber (M.), D'Acunto (F.), Gorodnichenko (Y.) et Coibion (O.) (2022)

« The subjective inflation expectations of households and firms: Measurement, determinants, and implications », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 36, n° 3, été, p. 157-184.

Éditeur

Banque de France

Secrétaire de rédaction

Didier Névonnic

Directeur de la publication

Claude Piot

Réalisation

Studio Création

Direction de la Communication

Rédaction en chef

Céline Mistretta-Belna

ISSN 1952-4382

Pour vous abonner aux publications de la Banque de France

<https://www.banque-france.fr/fr/alertes/abonnements>

