

[Cet article a été écrit mi-mars depuis Paris, juste avant la mise en place des premières mesures de confinement liées au Covid-19 en France. La mise sous cloche des villes impacte fortement les plates-formes : celles liées à la mobilité ou au tourisme sont évidemment à l'arrêt, tandis que celles qui relèvent de la catégorie « stay at home » sont en pleine croissance. Certaines, comme Amazon ou Whatsapp, sont même devenues essentielles pour continuer à travailler, échanger, acheter les produits de première nécessité. A suivre donc, en espérant que le continent africain ne sera pas autant affecté par l'épidémie].

Les maires africains au défi des plates-formes numériques

Alors que les opérateurs de réseau mobile ont été les fers de lance de la première révolution digitale sur le continent africain, c'est désormais un nouveau type d'acteur qui s'impose dans le quotidien des villes en Afrique : les plates-formes numériques. Il est urgent que les décideurs locaux s'y intéressent.

Les plates-formes, nouveaux acteurs des villes en Afrique

Les plates-formes numériques sont des entreprises « bi-faces » ou « multi-faces », qui créent de la valeur en mettant directement en relation plusieurs faces de clientèles qui sont interdépendantes. Par exemple, Uber a deux faces, les conducteurs de véhicules et les passagers, et Uber Eats a trois faces : les consommateurs de repas, les restaurateurs (qui fournissent le produit) et les livreurs (qui fournissent le service, en l'occurrence la livraison). Plus il y a de clients sur une des faces, et plus cela génère d'activité sur les autres faces.

Ces acteurs se développent fortement en Afrique s'agissant des fonctions vitales du fonctionnement des villes et des services aux habitants. Dans le domaine de la mobilité, les plates-formes de covoiturage (« carpooling ») ou de location de véhicule avec chauffeur (« ride-hailing ») sont en forte croissance, avec des acteurs comme Fone Taxi, Godaka¹ ou Uber qui proposent aussi des services de partage de mobylettes (par exemple en Uganda) ou de rickshaws (en Tanzanie). Dans le domaine de la santé, des applications de télémédecine font leur apparition, comme Théa, présente en septembre 2019 dans quatorze pays africains. Egalement, le commerce en ligne se développe avec des plates-formes comme WeShopUp, Jumia ou Kaymu.

Si 80% des plates-formes présentes en Afrique sont d'origine locale², les licornes étrangères sont également très présentes (au point que certains évoquent une « cyber-colonisation »). WhatsApp, une filiale de Facebook, est par exemple le réseau social le plus populaire au Nigéria, Ghana, Kenya et Afrique du Sud. De son côté, Airbnb a signé en 2017 un partenariat avec la municipalité de Cape Town, et le Nigéria, le Ghana et le Mozambique sont parmi les huit destinations mondiales où la croissance de la plate-forme d'hébergement touristique est la plus rapide. Les plates-formes chinoises sont également présentes, avec, par exemple le lancement d'eWTP Africa par Alibaba, au Rwanda en 2018 et en Ethiopie fin 2019.

Ces plates-formes se développent d'autant plus vite en Afrique que la défiance vis-à-vis des pouvoirs étatiques favorise des systèmes décentralisés et que le « crowd-funding » et plus largement le pair-à-pair correspondent ici à des pratiques anciennes et courantes sur tout le continent sous différents noms (« Ayuto », « Chama », « Sanduq », « Tontine », « Motshelo », « Ekub »...). La plate-forme américaine Lyft s'appelait d'ailleurs au départ « Lyft Zimride » en hommage au Zimbabwe et à ses habitants qui développaient eux-mêmes des systèmes de transport collectif³.

Des opportunités et des défis pour les villes en Afrique

Ces plates-formes constituent de formidables opportunités pour les villes en Afrique. Elles permettent de suppléer des infrastructures publiques qui sont déficientes ou inexistantes. De même que la somme des téléphones mobiles détenus par les habitants africains devient la principale infrastructure de la « smart city »,

¹ <https://weetracker.com/2019/11/26/carpooling-versus-ride-hailing-making-difference-african-mobility-sector/>

² The rise of African digital platforms - Leonard Makuvaza, Chernay Johnson and Herman Smit - 16 octobre 2018 - <https://i2ifacility.org/insights/blog/the-rise-of-african-digital-platforms?entity=blog>

³ How Africa can Inspire the Future of the Sharing Economy – Tarig Hilal – 8 janvier 2019 – Medium - <https://medium.com/swlh/africas-sharing-economy-4b10abf00e96>

la somme des voitures individuelles partagées devient une nouvelle infrastructure de transport collectif. Au Nigéria, Gokada, créé en 2018, aurait par exemple permis en une année de transporter plus d'un million de passagers. En l'absence d'institutions financières robustes, les plates-formes contribuent également à bâtir un nouveau modèle de financement : non seulement elles n'ont le plus souvent pas besoin de détenir les actifs qu'elles mettent à disposition (véhicules par exemple), mais, de plus, en permettant d'activer les « actifs sous-utilisés » (la voiture que l'on détient et qui ne sert qu'une faible partie du temps), elles permettent par exemple à ceux qui possèdent un véhicule et le partagent d'en tirer un revenu.

Ces plates-formes peuvent également s'adapter à certaines spécificités africaines, et notamment à l'importance de l'économie informelle. Alors que la culture du paiement en espèces reste très forte, certaines plates-formes, comme Kaymu et Jumia au Sénégal et au Nigéria, proposent une option « cash on delivery » : le produit est livré à domicile avec paiement direct en cash, avec possibilité de refuser le produit sans frais. De même, il est possible de combiner des systèmes « high tech » et « low-tech », par exemple pour des mini-réseaux électriques⁴. Enfin, ces plates-formes sont par construction « usager-centriques » (ou tirées par la demande) et peuvent s'adapter à la demande des habitants des villes, par exemple pour développer des solutions de mobilité permettant d'échapper à la congestion des villes (par exemple, à Lagos, en bateau, pour la frange aisée de la population).

Ces plates-formes ne sont toutefois pas sans soulever un certain nombre de questions. L'idée qu'elles favorisent une « économie du partage » est de plus en plus battue en brèche par le constat que beaucoup d'entre elles cherchent avant tout à capter la valeur rendue possible par les interactions qu'elles facilitent. Et les trois lois de l'économie numérique (loi des rendements croissants, loi des effets de réseau et loi du « gagnant emporte tout »)⁵ expliquent la tendance à la constitution de monopoles, d'où l'importance des moyens marketing déployés par chaque plate-forme pour se positionner comme l'acteur dominant du marché - à ce stade, il ne s'agit pas d'être rentable mais d'écraser ses concurrents potentiels. Ces trois lois expliquent que ces acteurs sont très mouvants. D'une part, leur modèle économique peut évoluer facilement, certains services « gratuits » devenant payants une fois que la plate-forme est devenue indispensable pour de nombreux utilisateurs (c'est par exemple le cas de la plate-forme de cartographie en ligne Google Maps avec une très forte augmentation de ses tarifs à l'été 2018). D'autre part, ces acteurs peuvent un moment inonder le marché (on l'a vu par exemple en Asie et en Europe avec les vélos et les trottinettes en free-floating), puis disparaître brutalement. En Afrique, Jumia, en difficulté depuis la fin 2019, a dû fermer ses activités en Tanzanie et au Cameroun, et n'est plus présent que dans 12 pays sur 54 sur le continent. Ceci pose évidemment la question de la continuité de certains services devenus indispensables aux habitants.

Des décideurs locaux qui doivent reprendre la main

L'irruption des plates-formes dans la fourniture de services urbains en Afrique présente des opportunités et des menaces. Même si comparaison n'est pas raison et que les contextes, notamment de gouvernance locale, sont très différents, les tensions qui se sont manifestées dans certaines villes en Europe (par exemple entre Uber et Londres, ou entre Airbnb et Paris⁶) doivent être regardés de près par les décideurs des villes africaines. Ils doivent ainsi attentivement surveiller les plates-formes qui se développent sur leur territoire. Plus que jamais, il leur faut faire alliance avec les utilisateurs potentiels de ces plates-formes qui sont aussi leurs habitants, et avec lesquels ils peuvent construire des solutions qui répondent au mieux à leurs objectifs. Alors que dans les villes occidentales, un acteur comme Google Maps devient de plus en plus hégémonique dans la représentation des villes, la réalisation du projet de cartographie participative Map & Jerry, à Cotonou, au Bénin⁷, montre que les réponses les plus imaginatives viendront sans doute d'Afrique.

⁴ « Basses technologies et services urbains en Afrique subsaharienne : un low-tech loin de l'écologie » – Sylvie Jaglin - Urbanités – 15 octobre 2019 - www.revue-urbanites.fr/12-jaglin/

⁵ « Culture numérique », de Dominique Cardon (Les Presses de Sciences Po – 2019)

⁶ « Les maires au défi des plates-formes numériques » - Isabelle Baraud-Serfaty, Clément Fourchy, Nicolas Rio – L'Économie Politique n°85 – Janvier 2020

⁷ « Mettre un quartier sur la carte : Cartographie participative et innovation numérique à Cotonou (Bénin) » - Armelle Choplin et Martin Lozivit, « *Cybergeo* : *European Journal of Geography* [En ligne] - Mai 2019 - <https://journals.openedition.org/cybergeo/32152>