



LE DIGITAL FACE AU COVID-19

Par Jean-Michel HUET,
associé Bearing Point,
président de la Commission digitale du CIAN

Le numérique est sans conteste un des éléments de réponse à la crise sanitaire et économique liée au Covid-19. Cinq apports majeurs apparaissent clairement notamment du point de vue économique sur le terrain, sans parler bien sûr de la contribution notamment de l'IA et du big data à la recherche médicale.

L'organisation du travail grâce aux outils à distance permettant le télétravail. L'explosion de l'usage des MS Teams et autre Zoom n'est que la face émergée de l'iceberg mais il s'agit bien de nouveaux modes de travail (partage et modification de document, nouveaux modes d'échanges etc.) qui certes concernent les entreprises mais aussi les administrations. La question est d'autant plus délicate que dans certains pays africains l'équipement des administrations est défaillant or le télétravail pour une administration est un enjeu clé pour le pilotage de l'Etat en temps de crise où il faut limiter les contacts physiques et alléger le temps de travail des personnels prioritaires. Cette question touche même l'éducation avec la fermeture des écoles.

Le développement d'un canal d'information pour tous et proche de tous. Autant la grippe espagnole fut gardée sous silence (sauf en Espagne d'où son nom), autant le Covid-19 est devenu mondialement connu du fait des médias et des réseaux sociaux. Les téléphones mobiles peuvent être un canal précieux clé de diffusion d'information et de sensibilisation. Les cas d'usages sont nombreux : développement d'une application mobile avec contenu éducatif et ludique présentant le parcours du « citoyen prudent » (bonnes pratiques en termes d'hygiène, de respect des consignes du gouvernement, jeu avec mise en situations concrètes et QCM), utilisation de la technologie USSD pour faciliter l'accès à l'information au plus grand nombre, etc.

Le soutien au personnel soignant pour son travail quotidien en lui fournissant des outils de suivi des patients et de facilitation de leurs parcours au sein des institutions sanitaires tout en limitant les contacts physiques, sources d'infection. Le digital peut permettre aussi de favoriser la distanciation sociale pour le patient et le médecin avec par exemple, le déploiement d'applications de type anticoro.ci pour aider les citoyens à s'auto-diagnostiquer

La fluidité des transferts financiers. L'avancée du paiement mobile peut être un vrai avantage sur le continent. Non seulement, comme le suggérait le président Kenyan au début de la pandémie, pour limiter les échanges d'argent physiques, avec un risque présumé de contamination, mais surtout pour pouvoir aider les plus démunis en leur versant un subside durant la crise. Plusieurs pays se sont lancés dans cette approche, souvent nécessaire dans des économies où l'informel est important. En dehors des transferts d'argent, la logique de e-vouchers pour acheter les biens de premières nécessités sont aussi des techniques déjà utilisées dans plusieurs programmes en Afrique.

La géolocalisation comme moyen de juguler la pandémie est un axe clé. Inégalement utilisée selon les pays, ce peut être, en utilisant les données des téléphones mobiles, une aide précieuse. Le sujet est complexe non pas techniquement mais éthiquement car il pose la question de l'usage des données personnelles. Mais il existe différents niveaux de géolocalisation et il n'est pas nécessaire d'avoir des données individuelles. L'information sur les mouvements de populations, les achats de médicaments ou même les systèmes d'alertes sur la distanciation sociale sont autant d'usages possibles et il y en a bien d'autres.

Le digital est donc une arme pour aider à lutter contre la pandémie actuelle même s'il ne sera pas la solution à tout. Il ne faut cependant négliger un revers de la médaille : le « fossé numérique » peut avoir un effet aggravant de la crise : les personnes résidant en zone blanche (sans accès à Internet notamment), celles qui n'ont pas d'accès même basique au réseau télécom (30% des Africains), les pays sans vraie offre de paiement mobile ou dont les gouvernants ne comprennent pas l'apport du digital risquent de pâtir encore plus de la situation et de retarder la fin de la crise ou la limitation de son ampleur.

Jean-Michel Huet, associé BearingPoint, président de la Commission digitale du CIAN