

Économie invisible des données en RDC

Quelle valeur les plateformes numériques extraient-elles réellement des utilisateurs congolais ?

cyberastre © Avril 2025 info@cyberastre.com

Table des matières

- **Généralités**
- **Historique de la pénétration numérique en RDC (2000–2024)**
- **Cartographie des flux de données des utilisateurs congolais**
- **Valeur économique des données congolaises sur le marché international**
- **Comparaison avec d’autres pays africains et émergents**
- **Mécanismes de monétisation des plateformes numériques en RDC**
- **État de la régulation des données en RDC et comparaisons internationales**
- **Perspectives des acteurs congolais : regards d’experts et d’usagers**
- **Conclusion**


20000F
T 9286020 B
RDC
20000F
E FRANCS
QUE CENTRALE
CONGO
1000F
Q B 8247234 0
30.06.2013

Généralités

En l'espace de deux décennies, la **République Démocratique du Congo (RDC)** est passée de l'ère pré-numérique à une société connectée où des millions de Congolais utilisent quotidiennement téléphones mobiles, réseaux sociaux et services en ligne. Parallèlement, s'est développée une **« économie invisible des données »** : les traces numériques générées par ces utilisateurs – recherches web, publications sur les réseaux sociaux, messages, géolocalisation, etc. – sont massivement collectées par de grandes plateformes internationales (Facebook/Meta, Google, WhatsApp, etc.), **exportées hors du pays et monétisées** sans que le public n'en ait conscience ni que l'économie nationale n'en tire pleinement profit. Certains analystes parlent à ce sujet d'un nouveau *« scramble for Africa » numérique* où les données sont exploitées comme une ressource brute, rappelant l'extraction des matières premières à l'ère coloniale REPOSITORY.LAW.UMICH.EDU AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK.

Face à ce constat, il est crucial d'évaluer l'ampleur du phénomène en RDC et d'identifier des leviers pour renforcer la **souveraineté numérique** du pays. Ce rapport propose une étude approfondie de l'économie invisible des données en RDC, à la fois accessible au grand public et rigoureuse pour un lectorat de chercheurs. Il dresse un état des lieux historique et quantitatif, analyse la valeur économique générée internationalement par les données des Congolais, compare la situation à d'autres pays africains et émergents, examine les mécanismes de monétisation des plateformes étrangères, et fait le point sur la régulation et la protection des données en RDC. Des **témoignages d'experts congolais** viennent éclairer les enjeux locaux. Enfin, des scénarios prospectifs et recommandations concrètes sont proposés afin de **mieux capter localement la valeur des données** et protéger les droits des usagers, par le biais de politiques publiques appropriées, de taxes sur les services numériques ou encore du soutien à l'innovation locale.

Synthèse exécutive

- **Pénétration numérique en forte progression** – Depuis l'introduction d'Internet en RDC au début des années 2000, l'accès du public congolais au numérique a connu une croissance exponentielle. Le taux de pénétration d'Internet est passé de moins de 2 % en 2012 à environ **27 % en 2024**, soit plus de 28 millions d'utilisateurs EN.WIKIPEDIA.ORG DATAREPORTAL.COM. Cette expansion a été portée par la diffusion du **mobile** (3G/4G) et la baisse des coûts de connectivité, notamment après l'arrivée de câbles sous-marins et d'infrastructures locales (IXP, fibre optique). Malgré cette progression, une majorité de la population demeure hors-ligne en 2024, et l'utilisation des réseaux sociaux reste limitée (~6 % de la population seulement sur Facebook en 2024 DATAREPORTAL.COM).

- **Flux de données massifs et non maîtrisés** – Les utilisateurs congolais génèrent chaque jour d'immenses **flux de données numériques** : informations personnelles

(profil, contacts), contenus et messages sur les réseaux sociaux, requêtes de recherche, données de localisation via smartphones, transactions mobile money, etc. Ces données transitent principalement via des plateformes étrangères (Facebook, WhatsApp, Google, YouTube, Twitter, TikTok…), la quasi-totalité de ces services n'ayant **aucune base de données hébergée localement**. En 2022, le volume de trafic Internet mobile en RDC a atteint environ **485 milliards de mégaoctets** (soit près de 0,5 exaoctet), et il a **doublé en un an** début 2023 – signe de l'explosion des usages numériques DESKECO.COM BANKABLE.AFRICA. Or, plus de **80 % des données africaines sont stockées hors du continent**, selon l'Union africaine AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK, ce qui reflète le caractère extraterritorial des flux de données congolais.

- **Une valeur économique captée à l'étranger** – Ces données d'utilisateurs congolais représentent une **valeur économique considérable sur le marché international**, principalement monétisée sous forme de publicité ciblée et d'exploitation commerciale par les géants du numérique. Par exemple, Meta (Facebook) réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires en vendant aux annonceurs l'accès aux profils et comportements de ses usagers. Certes, la capacité publicitaire en RDC est moindre qu'en Occident, mais avec **6,45 millions d'utilisateurs Facebook** en RDC début 2024 DATAREPORTAL.COM, les revenus publicitaires générés par Meta sur cette base se chiffrent en **dizaines de millions de dollars par an** (sans pratiquement aucun rapatriement fiscal local). De même, Google monétise les recherches et vidéos vues par les Congolais via AdSense/AdWords. En 2025, les dépenses publicitaires sur les réseaux sociaux en Afrique devraient atteindre **1,44 milliard USD** STATISTA.COM. Toutefois, cette valeur profite surtout aux sièges des multinationales : en moyenne, **un utilisateur africain de Facebook "vaut" plus de 10 fois moins en revenus qu'un utilisateur nord-américain** pour la plateforme GLOBALDATA.COM, reflétant à la fois le faible pouvoir d'achat local et l'absence de marché publicitaire structuré – un écart qui illustre l'inégalité de la captation de la valeur entre pays sources de données et pays sièges des sociétés.

- **Comparaison internationale** – Par rapport à d'autres pays, la RDC se trouve à un stade plus précoce de son économie numérique, mais confronte des dynamiques similaires de *« data gap »*. Des pays africains comme le **Kenya** ou le **Nigéria** affichent une pénétration d'Internet plus élevée (par ex. environ 55 % de taux d'utilisation Internet au Nigéria en 2023 ASKYAZI.COM) et commencent à développer des écosystèmes numériques locaux, mais eux aussi voient la majeure partie de la monétisation de leurs données réalisée par des firmes étrangères. Des économies émergentes plus importantes – **Inde, Brésil, Afrique du Sud** – ont pris de l'avance en adoptant des lois de protection des données et en imposant certaines contraintes aux plateformes (localisation des données, exigences de partenariat local, taxes numériques). La **Chine** constitue un cas extrême : elle a construit ses propres géants technologiques nationaux et interdit ou restreint les services occidentaux, ce qui lui a permis de **conserver localement la valeur** créée par ses utilisateurs. À l'inverse, la RDC, comme beaucoup de pays

africains, n'a pas de champion numérique national de même envergure et dépend quasi exclusivement des services étrangers.

- **Monétisation par les plateformes en RDC** – Les entreprises numériques internationales déploient en RDC les mêmes **mécanismes de monétisation** qu'ailleurs, adaptés aux contraintes locales. La **publicité en ligne** ciblée reste le principal levier : Facebook/Instagram vend des espaces publicitaires insérés dans les fils d'actualité des Congolais, en exploitant leurs données démographiques et centres d'intérêt; Google affiche des annonces liées aux requêtes ou vidéos visionnées par les utilisateurs congolais. Ces plateformes profitent de la **gratuité apparente** de leurs services – en réalité, l'utilisateur *paie* en données et en attention publicitaire. D'autres modes de monétisation incluent l'**analyse des données** (par exemple pour entraîner des algorithmes d'intelligence artificielle ou améliorer des services globaux sans compensation directe aux usagers), la **vente de services premium** (abonnements YouTube Premium, stockage cloud – encore peu répandus en RDC du fait du faible revenu moyen), ou la **collecte de métadonnées** pouvant être revendues à des partenaires (par ex. données de localisation agrégées). Dans certains cas, des programmes spécifiques ont été lancés pour accroître l'usage (ex: Facebook **Free Basics**, partenariat avec des opérateurs offrant un accès gratuit limité à Facebook et quelques sites : une stratégie pour recruter de nouveaux utilisateurs en RDC, quitte à subventionner la connexion, puis les intégrer dans l'écosystème monétisable de la plateforme). Enfin, les opérateurs télécoms eux-mêmes participent à la chaîne de valeur des données en RDC : en plus de vendre l'accès Internet, ils peuvent tirer parti des informations sur le trafic ou proposer des services à valeur ajoutée (mobile money, publicité par SMS). Mais globalement, ce sont les grandes plateformes **OTT** (over-the-top) étrangères qui captent la **plus grande part de la valeur** issue des données congolaises, grâce à des modèles d'affaires rodés, sans investissement local significatif hormis l'infrastructure réseau partagée.

- **Régulation et protection des données en RDC** – Sur le plan juridique, la RDC ne disposait jusqu'à récemment que de cadres limités pour protéger les données des utilisateurs. Un **Code du Numérique** a été promulgué (entré en vigueur fin 2020, mis à jour en 2023) pour couvrir l'ensemble du secteur numérique, y compris la protection des données à caractère personnel. Ce code consacre le **droit à la vie privée et à la protection des données personnelles** et prévoit la création d'une **Autorité de protection des données**. Cependant, à ce jour, **cette autorité n'est pas encore opérationnelle** – son organisation et son fonctionnement doivent être fixés par décret, ce qui n'était pas fait mi-2024 7SUR7.CD. En pratique, la régulation des services numériques en RDC reste du ressort de l'**ARPTC** (Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo) pour les aspects télécoms, tandis que la protection des données personnelles en tant que telle n'est pas effectivement appliquée faute d'institution dédiée. La RDC accuse donc un **retard de mise en œuvre** par rapport à des normes internationales comme le RGPD européen. Par contraste, l'**Union européenne** impose depuis 2018 des obligations strictes aux entreprises (consentement explicite des usagers, droit à

l'oubli, fortes sanctions en cas de manquement pouvant aller jusqu'à 4 % du CA mondial). Des pays africains voisins avancent également : le **Kenya** (loi de 2019), le **Nigéria** (loi de 2023) ou le **Sénégal** ont mis sur pied des législations et autorités de contrôle actives. La **Chine** a choisi une approche souverainiste : ses lois récentes (loi sur la sécurité des données 2021, loi sur la protection des informations personnelles 2021) obligent à stocker localement les données sensibles et donnent à l'État un large pouvoir de contrôle sur les acteurs numériques, tout en maintenant les géants étrangers à distance. L'**Inde**, de son côté, vient d'adopter en 2023 une loi de protection des données personnelles numériques qui, bien que moins contraignante que le RGPD, exige également des comptes aux plateformes et prévoit des restrictions sur les transferts de données à l'étranger. En somme, la RDC dispose d'un cadre légal naissant mais doit encore **le rendre effectif** et le calibrer face aux pratiques des multinationales du numérique.

- **Parole aux experts congolais** – Des **acteurs congolais du numérique** soulignent l'urgence d'agir. *« De plus en plus de pays votent des lois pour garantir la protection des données des utilisateurs et la RDC se doit de se mettre à jour, car il en va de la sécurité de ses citoyens »*, explique ainsi Arsène Tungali, spécialiste de la gouvernance de l'Internet en RDC GRANDSLACSNEWS.COM. Il insiste sur la nécessité d'un **cadre juridique contraignant pour les plateformes numériques**, afin de les obliger à respecter la vie privée des usagers – domaine encore peu familier du grand public congolais GRANDSLACSNEWS.COM. Du côté de la société civile, le *think tank* **Law & Technologies** plaide pour l'application rapide du Code du numérique et la création de l'autorité de protection des données prévue par la loi 7SUR7.CD. Son président, Me Prospère Ntetika, décrit les données personnelles comme *« la mine du numérique »* pour le pays : *« si nous avons un maximum de données personnelles stockées dans le pays, cela améliore le développement du numérique en RDC »*, affirme-t-il, invitant à rapatrier les données localement 7SUR7.CD. Ce dernier recommande aussi de ratifier la **Convention de Malabo** de l'Union africaine (2014) sur la protection des données, et de renforcer les infrastructures nationales pour améliorer l'indépendance numérique de la RDC 7SUR7.CD. Ces témoignages convergent vers un même constat : **la souveraineté numérique de la RDC est à construire**, et elle passe par une prise de conscience collective, des réformes juridiques et techniques, et une mobilisation des compétences locales.

- **Scénarios futurs et recommandations** – Le rapport envisage plusieurs scénarios à horizon 5-10 ans. Si aucune action n'est entreprise, la RDC risque de rester une **« colonie numérique »** où les ressources de données brutes sont exploitées par d'autres, avec à la clé une perte économique (manque à gagner fiscal, absence d'industries locales des données) et des menaces accrues pour la vie privée des citoyens. En revanche, en adoptant des mesures fortes, la RDC pourrait évoluer vers un modèle où elle **captive davantage la valeur de ses données** et protège mieux ses usagers. Parmi les recommandations phares : **opérationnaliser sans délai l'Autorité de protection des données** et édicter les textes d'application du

Code du numérique, afin d'avoir une instance capable de surveiller et sanctionner les abus. Il est également préconisé de **renforcer la souveraineté technologique** en investissant dans des infrastructures locales (centres de données nationaux ou régionaux, points d'échange Internet supplémentaires, backbone fibre achevé ACP.CD) et en favorisant l'implantation de **CDN et serveurs locaux** des grands services (afin que les contenus les plus utilisés en RDC soient hébergés en RDC). Sur le plan économique, des **mécanismes de taxation des services numériques étrangers** pourraient être instaurés – par exemple une taxe sur la publicité en ligne ciblant les revenus que Google, Facebook et consorts tirent des annonceurs ciblant la RDC, ou une TVA sur les services numériques transfrontaliers – à l'instar de ce que pratiquent déjà certains pays (Kenya, France, etc.). Parallèlement, encourager l'**innovation locale** est crucial : soutien aux startups de la tech congolaise, aux projets open source, valorisation des talents IT locaux (pour éviter la fuite des cerveaux numériques), et incitation des entreprises et administrations à recourir à des solutions locales. Enfin, la RDC gagnerait à s'**allier au niveau régional** (SADC, Union africaine) pour peser dans les négociations avec les géants du web – par exemple en adoptant ensemble des positions communes sur la gestion des données africaines, ou en mutualisant des infrastructures de cloud africain. En résumé, une panoplie de mesures combinant **politiques publiques, régulation et initiatives privées** est recommandée pour faire en sorte que la révolution des données bénéficie aussi à la RDC et à ses citoyens, et non aux seuls intérêts étrangers.



1. Historique de la pénétration numérique en RDC (2000–2024)

LA RDC A DÉCOUVERT L'INTERNET AVEC UN CERTAIN RETARD PAR RAPPORT À D'AUTRES RÉGIONS DU MONDE, EN RAISON DE FACTEURS COMME L'INSUFFISANCE D'INFRASTRUCTURES ET L'INSTABILITÉ POLITIQUE DES ANNÉES 1990. NÉANMOINS, DEPUIS LE DÉBUT DES ANNÉES 2000, LE PAYS EST ENTRÉ GRADUELLEMENT DANS L'ÈRE NUMÉRIQUE. CETTE SECTION RETRACE LES GRANDES ÉTAPES DE LA PÉNÉTRATION D'INTERNET EN RDC, DE L'ARRIVÉE DES PREMIERS FOURNISSEURS D'ACCÈS JUSQU'À LA DÉMOCRATISATION RÉCENTE VIA LE MOBILE.

1.1 Les débuts (années 2000) : une connectivité balbutiante

En 1999, la RDC ne comptait qu'un seul fournisseur d'accès Internet (ISP) officiel EN.WIKIPEDIA.ORG, desservant une poignée d'usagers à Kinshasa via des connexions commutées lentes. Au début des années 2000, la connectivité reste l'apanage de quelques institutions, ONG et expatriés. En **2002**, on estimait à seulement **50 000 le nombre d'internautes** congolais EN.WIKIPEDIA.ORG– soit à peine 0,1 % de la population. Les infrastructures télécoms étaient extrêmement limitées (moins de 20 000 lignes fixes actives en 2000 dans tout le pays EN.WIKIPEDIA.ORG) et le coût prohibitif.

Le véritable moteur de la pénétration numérique en RDC a été l'essor de la **téléphonie mobile** à partir du milieu des années 2000. Alors que le réseau fixe stagnait, le mobile a connu une croissance rapide : on est passé de ~15 000 abonnés mobiles en 1995 à **2,6 millions en 2005** EN.WIKIPEDIA.ORG, couvrant les principales villes. Les opérateurs comme Vodacom, Celtel/Zain (futur Airtel), Tigo ou Supercell se sont implantés. Ces premiers réseaux GSM ont introduit timidement l'Internet (via GPRS/EDGE) mais avec des débits très faibles. En **2008**, la RDC compte environ **290 000 internautes** EN.WIKIPEDIA.ORG(0,5 % de la population) – signe d'une progression, mais encore marginale.

Plusieurs évolutions fin 2000s ont posé les jalons pour la décennie suivante : l'amélioration progressive de la dorsale nationale (réseau de micro-ondes et satellite VSAT) et l'intérêt des autorités pour les TIC (création d'un ministère dédié, premières discussions sur un cadre légal numérique). Toutefois, jusqu'en 2010, **l'accès Internet restait coûteux et lent** pour la plupart des Congolais, ce qui explique une adoption modérée.

1.2 L'essor du mobile broadband (2010–2015)

C'est au début des années 2010 que la courbe de pénétration s'infléchit réellement, avec l'apparition du **haut débit mobile**. En **2012**, grâce à l'introduction de la norme **3G** dans le pays, le nombre d'usagers Internet dépasse **1,2 million** (soit ~1,7 % de la population) EN.WIKIPEDIA.ORG. Cette même année 2012 voit une avancée clé :

l'installation à Kinshasa du **premier point d'échange Internet (IXP)**, le KINIX, via l'appui de l'Internet Society. En connectant localement les principaux FAI, le KINIX a réduit les coûts de routage du trafic national et amélioré la latence. En une décennie, **le prix du transit Internet à Kinshasa a chuté de 98 % et le trafic local échangé est passé de quelques Mbps à près de 80 Gbps** grâce à cette infrastructure INTERNETSOCIETY.ORG.

En parallèle, la **connexion du pays aux câbles sous-marins internationaux** a brisé l'isolement numérique. Début **2013**, la RDC s'est reliée au câble WACS (West Africa Cable System) qui longe la côte atlantique EN.WIKIPEDIA.ORG, via un atterrissement en Angola puis une extension terrestre jusqu'au Katanga. Cette connectivité internationale à haut débit, combinée aux liaisons par fibre optique régionales, a augmenté la capacité et fiabilisé l'accès, notamment pour Kinshasa et le sud du pays.

Ces développements ont permis une **amélioration notable de la qualité d'Internet** en RDC vers 2014–2015 : plus de bande passante, et un trafic national qui commence à rester local pour une part (contenus en cache). Conséquence, l'usage s'est accru. Les réseaux mobiles de **3e génération (3G)** se sont étendus dans les grandes villes, offrant Internet sur les téléphones à des débits de quelques centaines de kbps – un changement d'échelle par rapport au 2G. Le coût des smartphones basiques diminuant, de plus en plus de Congolais ont pu accéder aux réseaux sociaux et à WhatsApp. Entre 2012 et 2015, le taux de pénétration Internet a ainsi continué de grimper (on l'estime autour de 3–4 % en 2015, soit plusieurs millions de personnes connectées).

1.3 L'explosion de la dernière décennie (2015–2024)

Après 2015, la RDC entre véritablement dans l'ère du numérique de masse, bien qu'avec quelques soubresauts. D'une part, les infrastructures se consolident : le backbone en fibre optique s'allonge (8 000 km posés fin 2022 sur 50 000 km planifiés ACP.CD) pour interconnecter davantage de provinces. D'autre part, les opérateurs mobiles lancent la **4G** à partir de 2018, offrant des débits Internet mobile de l'ordre de plusieurs Mbps là où la couverture est disponible. En 2019, le réseau 4G couvrait déjà Kinshasa et certaines grandes agglomérations. Selon le rapport de l'ARPTC, la couverture de la population par le réseau mobile était en 2022 d'environ **50 % en 3G et 40 % en 4G** ACP.CD. Cette montée en couverture et en débit a provoqué un **boom du nombre d'internautes**.

Début **2020**, on dénombre déjà **16,35 millions d'utilisateurs Internet** en RDC (19 % de la population) DATAREPORTAL.COM. Le bond est spectaculaire par rapport aux ~7 millions de 2019 (+122 % en un an selon les estimations) DATAREPORTAL.COM. Cette croissance coïncide avec l'arrivée de nouveaux smartphones low-cost sur le marché, l'expansion de la 3G/4G en provinces, et possiblement un changement méthodologique de comptage. Quoi qu'il en soit, la tendance générale est une **démocratisation rapide de l'accès**. Même les troubles politiques (ex. coupures d'Internet ordonnées lors des élections 2016 et 2018) n'ont fait que temporairement ralentir l'adoption CIPESA.ORG.

En 2024, la RDC compte environ **28,3 millions d'usagers Internet** (27,2 % de la population de 104 millions) DATAREPORTAL.COM. La quasi-totalité se connecte via un téléphone mobile, l'Internet fixe étant quasi inexistant (seulement ~33 000 abonnés fixes en 2022 DESKECO.COM). Près de la moitié des abonnés mobiles du pays utilisent désormais les services de données. La courbe ci-dessous illustre cette progression exponentielle du taux de pénétration :

Évolution du taux de pénétration d'Internet en RDC (pourcentage de la population), de 2002 à 2024. Jusqu'en 2010, l'accès reste très faible (moins de 2 % des Congolais). L'essor du mobile haut débit dans les années 2010 a conduit à une croissance rapide, culminant à environ 27 % de pénétration en 2024 EN.WIKIPEDIA.ORG DATAREPORTAL.COM.

En parallèle du nombre d'utilisateurs, la **consommation de données par personne** a également grimpé, signe d'un usage plus intense. Entre le 1er trimestre 2023 et le 1er trimestre 2024, **la consommation moyenne de data mobile par utilisateur a doublé** (+52,6 %) BANKABLE.AFRICA. Toutefois, l'accès reste inégal : les zones rurales de RDC sont encore peu couvertes par les réseaux 3G/4G, et l'électricité déficiente freine l'adoption. En 2024, **72,8 % des Congolais n'utilisent pas Internet** DATAREPORTAL.COM– un immense réservoir d'adoption future, conditionné à l'amélioration de l'accessibilité (réseau, coût, alphabétisation numérique).

En résumé, l'histoire de la pénétration numérique en RDC est passée d'une **phase embryonnaire** (années 2000) à une **phase de rattrapage accéléré** dans les années 2010 grâce au mobile. La fin de la décennie 2010 et le début des années 2020 marquent l'entrée de la RDC dans le groupe des pays à connectivité intermédiaire, même si le chemin reste long pour atteindre une inclusion numérique généralisée.



2. Cartographie des flux de données des utilisateurs congolais

UNE FOIS CONNECTÉS, QUE FONT LES CONGOLAIS EN LIGNE ET QUELLES DONNÉES GÉNÈRENT-ILS ? CETTE SECTION DRESSE UNE CARTOGRAPHIE DES FLUX DE DONNÉES ÉMANANT DES UTILISATEURS EN RDC : ON EXAMINERA LES TYPES DE DONNÉES PRODUITES, LES PLATEFORMES IMPLIQUÉES DANS CES FLUX, ET LES VOLUMES EN JEU. L'IMAGE GLOBALE QUI SE DÉGAGE EST CELLE D'UNE VASTE EXPORTATION DE DONNÉES BRUTES DEPUIS LA RDC VERS LES CENTRES DE DONNÉES DE MULTINATIONALES, AVEC PEU DE TRAITEMENT LOCAL.

2.1 Types de données générées par les usagers congolais

Dans leurs activités numériques quotidiennes, les utilisateurs congolais produisent une multitude de **données personnelles et comportementales** :

- **Données d'inscription et de profil** : nom, numéro de téléphone, âge, sexe, ville, parfois photo et informations de profil (par exemple sur Facebook). Ces données à caractère personnel, fournies lors de la création de comptes, identifient l'usager. En RDC, beaucoup utilisent uniquement un numéro de mobile (ex. pour WhatsApp ou Mobile Money) et un pseudonyme, mais les plateformes recoupent souvent ces infos pour établir un profil unique.

- **Contenus et interactions sur les réseaux sociaux** : publications (textes, images, vidéos) postées sur Facebook, commentaires et likes, partages, vidéos TikTok ou YouTube mises en ligne. Ces **contenus générés par l'utilisateur** contiennent des informations implicites (opinions, centre d'intérêt, habitudes de vie). En 2024, on estime à **6,45 millions** le nombre de comptes Facebook détenus en RDC DATAREPORTAL.COM, et près de **670 000** comptes Instagram DATAREPORTAL.COM– autant de sources d'images, de textes et de métadonnées sociales exportées sur les serveurs de Meta.

- **Messages et communications** : la RDC est un grand utilisateur de **messageries instantanées**. WhatsApp en particulier est extrêmement répandu, utilisé tant pour le privé que pour le travail (bien que le nombre exact d'usagers WhatsApp ne soit pas publié, on sait que l'application figure parmi les plus téléchargées du pays). Chaque message envoyé, appel vocal ou échange de fichiers génère des métadonnées (qui communique avec qui, à quelle heure, depuis quelle localisation approximative). Bien que le contenu des messages WhatsApp soit chiffré de bout-en-bout (donc non lisible par Facebook), les **métadonnées** sont exploitables commercialement (fréquence des contacts, appartenance à des groupes, etc.). De plus, les SMS traditionnels et appels mobiles laissent des **données de facturation** enregistrées par les opérateurs (CDR, registres d'appels) que ceux-ci peuvent analyser ou transmettre aux autorités sous réquisition.

- **Données de navigation web et de recherche** : lorsque un internaute congolais effectue une recherche sur Google, visite un site web, regarde une vidéo sur YouTube ou utilise une application mobile, il émet en continu des données de

navigation. Celles-ci incluent les **requêtes** (mots clés recherchés, ex : *« emploi Kinshasa »* dans Google), l'**historique de visionnage** de vidéos, les clics sur des liens, etc. Par défaut, ces activités sont **tracées** via des cookies ou identifiants publicitaires. Ainsi, Google collecte un profil d'intérêts (ex : fans de musique gospel, passionnés de football, etc.) pour chaque utilisateur Android/Chrome. En RDC, où Google détient plus de 95 % de part de marché des moteurs de recherche, ces données de navigation de millions d'usagers convergent vers les centres de Google situés hors du pays.

- **Données de localisation et capteurs** : la plupart des connexions passent par le mobile, qui est un **capteur ambulant**. Les smartphones Android (largement majoritaires en Afrique) remontent périodiquement la position GPS de l'appareil à Google (service Google Location). De même, les photos prises incluent souvent des **métadonnées de lieu**. Les opérateurs mobiles savent approximativement où se trouve un abonné via les antennes utilisées. Toutes ces données géographiques – déplacements quotidiens, visites de lieux – constituent des informations précieuses (par exemple pour du ciblage publicitaire localisé ou des analyses de mobilité). Elles sont en grande partie stockées chez les fournisseurs de services (Google, Apple pour quelques % d'iPhone, Facebook via check-in, etc.).

- **Données financières et d'achat** : l'écosystème e-commerce reste naissant en RDC, mais les services de **mobile money** (M-Pesa, Orange Money, Airtel Money) sont très utilisés pour transférer de l'argent et payer certaines factures. Chaque transaction produit une donnée (montant, comptes expéditeur/destinataire, motif) conservée par l'opérateur. De plus, lorsque des Congolais achètent du crédit téléphonique ou des biens en ligne (sur des sites de vente comme Jumia ou Amazon pour les plus connectés), ces plateformes enregistrent l'historique d'achat, les préférences produits, etc. Ces informations économiques ont de la valeur pour les fournisseurs de services financiers ou marchands.

En résumé, **chaque activité numérique congolaise alimente un flux de données**. Une simple journée type – se réveiller et lire ses messages WhatsApp, consulter Facebook, chercher un itinéraire sur Google Maps, regarder une vidéo YouTube le soir – peut générer des milliers de points de données individuels. L'écrasante majorité de ces données sont **hébergées à l'étranger** (sur des serveurs aux États-Unis, en Europe ou en Asie, selon les entreprises), car il n'existe quasiment pas de centres de données de ces grandes plateformes en RDC. Quelques **copies caches locales** existent toutefois : par exemple Google et Akamai ont déployé des serveurs de cache au point d'échange KINIX et dans d'autres IXPs (Goma, Lubumbashi) ACP.CD, ce qui signifie que certains contenus populaires (vidéos YouTube virales, mises à jour logicielles, etc.) sont stockés localement pour accélérer le service. Néanmoins, ces caches ne changent pas le fait que les **données personnelles** (comptes, profils, messages) sont centralisées à l'extérieur. Selon un rapport de l'Internet Society, seulement 36 % du top 1000 des sites consultés en "Congo" (terme qui engloberait sans doute la RDC) étaient accessibles via un serveur ou cache local, le reste nécessitant un accès outre-frontière CAPMAD.COM– bien en deçà

de la cible de 50 %. Cela signifie concrètement qu'une majorité des requêtes web des Congolais sollicitent des serveurs à l'étranger.

2.2 Plateformes et acteurs collectant les données congolaises

Quels sont les **principaux récipiendaires** de ces flux de données ? On peut les cartographier en plusieurs catégories d'acteurs numériques majeurs en RDC :

- **Les réseaux sociaux et messageries du groupe Meta (Facebook)** : C'est de loin l'écosystème le plus présent en RDC en termes d'usagers. En 2024, **Facebook** compte 6,45 millions d'utilisateurs congolais DATAREPORTAL.COM, soit quasiment tous les "internautes sociaux" du pays. **Facebook Messenger** en touche environ 1,15 million DATAREPORTAL.COM. **WhatsApp** est encore plus diffusé – possiblement plus de 15 millions d'utilisateurs si l'on extrapole à partir des abonnés mobiles et de la popularité de l'app, bien que Meta ne publie pas ce chiffre. **Instagram** reste plus élitiste avec ~670 000 comptes en RDC DATAREPORTAL.COM, et **Threads** (nouveau en 2023) ou **WhatsApp Business** commencent à pointer. L'omniprésence de Meta signifie que d'énormes volumes de données (profils Facebook, listes d'amis, messages privés Messenger, carnets d'adresses synchronisés via WhatsApp, photos et vidéos partagées, commentaires…) sont collectés par cette entreprise. Par exemple, toute photo postée sur Facebook par un Congolais est hébergée dans les data centers de Meta en Europe ou aux États-Unis. Meta absorbe aussi des **données indirectes** : même un non-utilisateur peut être profilé via le *shadow profile* si ses amis importent leur liste de contacts téléphoniques contenant son numéro.

- **Google/Alphabet** : L'autre géant dominant. **Google Search** est le moteur quasi-exclusif en RDC. **YouTube** est très prisé des jeunes pour la musique et l'actualité (même si la bande passante limite son usage en dehors des villes). **Android** équipe l'écrasante majorité des smartphones congolais, ce qui donne à Google une position stratégique (collecte de données système, emprise sur les applications via le Play Store). Concrètement, à chaque instant, un téléphone Android en RDC envoie des informations aux serveurs de Google (ping de localisation, mises à jour, logs d'erreur, etc.). Gmail est également utilisé par les professionnels urbains. Ainsi, Google capte une foule de données : **historique de recherches**, habitudes de navigation web via Chrome, vidéos regardées (YouTube sait combien de Congolais ont regardé telle vidéo musicale congolaise), déplacements quotidiens (via Google Maps ou Android), etc. Ces données partent vers les centres de traitement de Google (principalement en Californie, en Europe ou en Asie). À noter que Google a déployé en Afrique quelques infrastructures locales (par ex. un cache YouTube à Kinshasa, un Cloud Region en Afrique du Sud) mais pas encore en RDC même.

- **Les autres réseaux sociaux et services étrangers** : Bien que moins répandus, il faut mentionner **Twitter (X)** – environ 253 000 utilisateurs en début 2024 DATAREPORTAL.COM– qui a collecté des données de tweets de la communauté tech/presse congolaise, **TikTok** – en nette croissance chez les jeunes urbains (quelques centaines de milliers d'utilisateurs estimés, partageant de courtes vidéos souvent répliquées sur WhatsApp), **LinkedIn** – ~620 000 membres congolais inscrits, surtout des professionnels DATAREPORTAL.COM, dont les données de CV et réseau pro sont stockées par Microsoft, ou encore **Telegram** et **Signal** pour la messagerie chiffrée (populaires chez certains activistes). Chacun de ces acteurs engrange sa part de données : TikTok envoie à ByteDance (Chine) des informations sur les vidéos regardées par les Congolais, Twitter a indexé des années de conversations (hashtags comme #Telema en 2015, #CongoIsBleeding en 2020, etc.), LinkedIn détient la base de données des compétences et contacts d'une partie des cadres congolais. Aucun de ces services n'a de présence serveur en RDC.

- **Les opérateurs télécoms et fournisseurs d'accès** : Bien qu'on se focalise sur les plateformes, il ne faut pas négliger les opérateurs téléphoniques (Vodacom, Airtel, Orange, Africell) et les quelques FAI (tel que Microcom, Global, etc.). Eux aussi **collectent des données** : données d'état civil lors de l'identification SIM, logs de connexion Internet (chaque opérateur garde trace des adresses IP attribuées, du volume de data consommé par utilisateur, etc.), données de facturation (recharges, transactions Mobile Money), données de mobilité (changement d'antenne). Ces informations restent en principe sur le sol congolais, stockées par les opérateurs, et peuvent être utilisées pour des fins commerciales (études de marché internes) ou communiquées sur demande aux autorités (par exemple dans le cadre de la sécurité d'État, l'ANR peut obtenir les listings des appels ou localisations d'une personne). Cependant, les opérateurs n'exploitent pas ces données à grande échelle pour de la monétisation publicitaire par exemple – c'est plutôt à usage de **rentabilité interne** et de conformité réglementaire. Notons que depuis 2022, l'ARPTC dispose d'un **Observatoire du marché de l'Internet** où les opérateurs font remonter des données statistiques (nombre d'abonnés, trafic global, revenus…) ACP.CD ACP.CD.

- **Plateformes de commerce, services en ligne et autres** : L'écosystème local de services en ligne est limité mais existe. Par exemple, **Zoom Eco**, **Actualite.cd** et d'autres médias en ligne congolais génèrent du trafic et peuvent recueillir des données de leurs visiteurs (via cookies, etc.), souvent analysées avec Google Analytics donc partagées avec Google. Les sites d'achats et de petites annonces (ex : **Jumia RDC**, **MamanShopping**…) récoltent des données d'achat ou de clics publicitaires, mais une grande partie de ces plateformes sont filiales de groupes étrangers. Les services gouvernementaux en ligne sont quasi inexistants ou embryonnaires, donc l'État congolais lui-même ne collecte pas encore beaucoup de données via Internet (ce qui va changer peut-être avec des projets d'e-gouvernement et d'état-civil numérique).

- **Flux illégitimes ou non encadrés** : Enfin, signalons des **fuites de données** potentielles via des canaux moins officiels. Par exemple, l'utilisation d'applications piratées, de sites de streaming illégaux ou de services VPN gratuits peut entraîner l'export de données vers des acteurs peu transparents (malwares collectant des contacts ou messages sans consentement). La faible sensibilisation numérique expose les utilisateurs congolais à ce genre de risques (apps de lampe torche aspirant le carnet d'adresse, etc.). Ces flux sont difficiles à quantifier, mais font aussi partie de l'« invisible ».

En somme, le **paysage de la donnée congolaise est dominé par les grands silos internationaux** (Meta, Google en tête). Il n'existe pas, en 2024, de plateformes web congolaises de dimension notable qui conserveraient localement les données des utilisateurs (à la manière dont le Nigeria a développé certaines plateformes locales, ou la Chine ses propres réseaux). La conséquence est un **déséquilibre** : pour un utilisateur lambda, la quasi-totalité de ses données personnelles part sur des serveurs étrangers et tombent sous des juridictions étrangères (lois américaines ou européennes par exemple), échappant de fait au contrôle congolais.

2.3 Volume et flux géographiques des données

La volumétrie des données produites par les Congolais suit la croissance du nombre d'internautes et l'enrichissement des usages (vidéo, images, etc.). Quelques chiffres permettent de saisir l'ampleur actuelle des flux :

- **Trafic global Internet** : D'après le rapport de l'ARPTC, le **trafic Internet mobile total en 2022** a été d'environ **485 milliards de mégaoctets** (ou 485 × 10^9 Mo) DESKECO.COM. Cela équivaut à 485 millions de Go, soit près de **0,5 exaoctet** de données échangées en un an sur les réseaux mobiles congolais. C'est un volume colossal : à titre de comparaison, 0,5 Eo représente l'équivalent de tout le contenu de plusieurs millions de bibliothèques numérisées. Certes, une part importante de ce trafic correspond à de la **consommation de contenus** (vidéos regardées, musiques streamées, mises à jour logicielles) plutôt qu'à des données *produites* par les utilisateurs. Néanmoins, chaque action de l'utilisateur engendre du trafic dans les deux sens : par exemple, regarder une vidéo YouTube de 50 Mo envoie aussi quelques centaines de Ko de données (logs de lecture, feedback).

- **Trafic en croissance exponentielle** : Entre 2021 et 2022, le trafic data mobile a augmenté de +57 % en RDC ACP.CD ACP.CD. Et sur les 12 mois suivants, il a encore doublé (+52 % au T1 2024 sur un an) BANKABLE.AFRICA. Cette **explosion du volume** est due à la fois à plus d'usagers et à des usages plus gourmands (essor de la vidéo en ligne, appels vidéo WhatsApp, etc.). Le trafic voix (appels) a en revanche légèrement baissé sur la même période BANKABLE.AFRICA, signe que la data supplante la voix. Dès le premier trimestre 2024, les opérateurs ont d'ailleurs vu leurs revenus **données égaler ceux de la voix** (~46 % chacun) BANKABLE.AFRICA, alors qu'il y a encore quelques années la voix dominait très

largement. Cela montre bien que **l'activité économique des télécoms se déplace vers l'Internet** et donc que la donnée prend une importance centrale.

- **Ventilation géographique des flux** : On peut estimer qu'une fraction importante du trafic (peut-être 40 %) est *locale* ou *régionale*, c'est-à-dire échangée avec des serveurs de cache ou des infrastructures proches (par ex. contenus Facebook/ Google présents sur des CDN à Kinshasa ou dans les pays voisins). Cependant, une majorité du trafic continue d'aller chercher des informations à l'international : par exemple, lorsqu'un utilisateur charge une page Wikipédia ou envoie un email à Gmail, cela transite par les États-Unis ou l'Europe. Techniquement, la RDC étant enclavée, son trafic Internet sortant passe par des liaisons terrestres/fibre vers les câbles sous-marins via les pays voisins (Congo-B, Uganda, Zambia) ou par satellite. Les principaux *hubs* où aboutissent les données congolaises sont Nairobi (échanges Afrique de l'Est), Lagos, Londres (point d'atterrissage du WACS), ainsi que divers data centers aux USA. Il n'y a pas de mesure publique précise du pourcentage de trafic qui quitte le territoire, mais les experts estiment qu'une part majoritaire transite hors d'Afrique. En tout cas, **plus de 80 % des données africaines sont stockées hors d'Afrique** AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK, ce qui implique que le stockage in fine des données congolaises s'effectue très majoritairement à l'étranger.

- **Données stockées localement** : En dehors des caches mentionnés (qui stockent *temporairement* des copies de contenus statiques populaires), on note quelques initiatives locales de stockage de données : par exemple, certaines banques congolaises et entreprises hébergent leurs serveurs clients sur le sol national (les données bancaires sont souvent maintenues localement pour des raisons réglementaires). De même, les données gouvernementales (état civil, données fiscales) sont sur des serveurs gouvernementaux (quoique souvent peu informatisées à la base). Mais ces volumes sont infimes comparés à l'ensemble des données personnelles circulant via les plateformes grand public.

En synthèse, **les flux de données des Congolais se dirigent en majorité hors du pays** et grossissent un **océan de données globalisées** exploité par les géants du numérique. Le volume de données généré est déjà significatif, et sa croissance rapide projette que d'ici quelques années, la RDC comptera parmi les grands pourvoyeurs de données en Afrique centrale. Ce constat soulève naturellement la question : *quelle est la valeur de toutes ces données et qui en profite ?* C'est l'objet de la section suivante.



3. Valeur économique des données congolaises sur le marché international

LES DONNÉES PERSONNELLES ET D'USAGE DES INTERNAUTES N'ONT PAS QU'UNE VALEUR TECHNIQUE : ELLES SONT AU CŒUR DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE MONDIALE. CETTE SECTION SE PENCHE SUR LA VALEUR ÉCONOMIQUE GÉNÉRÉE PAR LES DONNÉES DES UTILISATEURS CONGOLAIS UNE FOIS COLLECTÉES, ET SUR LA MANIÈRE DONT CETTE VALEUR EST CAPTÉE ET MONÉTISÉE À L'INTERNATIONAL. AUTREMENT DIT, QUELLE RICHESSE PRODUIT L'«OR NOIR» QUE CONSTITUENT LES DONNÉES CONGOLAISES, ET DANS QUELLE MESURE CETTE RICHESSE REVIENT – OU NON – EN RDC ?

3.1 Un actif immatériel précieux : profilage et publicité ciblée

Dans le modèle actuel d'Internet, la principale valeur des données d'utilisateurs réside dans le **profilage publicitaire**. Plus une plateforme connaît finement un utilisateur (âge, genre, localisation, intérêts, comportements d'achat…), plus elle peut lui présenter de la publicité ciblée et facturer cher l'accès à cette "cible" pour les annonceurs. Ainsi, chaque **profil numérique d'un Congolais** – par exemple, *jeune homme de 25 ans à Kinshasa, fan de football, écoute du gospel en ligne, cherche un emploi* – possède une valeur marchande dans le gigantesque marché publicitaire en ligne.

Les grands groupes comme Google et Meta ont bâti des écosystèmes où ces données sont agrégées et analysées pour segmenter l'audience. **Facebook**, par exemple, tire plus de 98 % de ses revenus globaux de la publicité. En 2022, Meta indiquait un revenu moyen par utilisateur (ARPU) autour de **$3,14 par trimestre dans la zone "Rest of World"** (qui inclut l'Afrique) GLOBALDATA.COM, soit environ **$12,5 par an** et par utilisateur moyen. Ce chiffre est une moyenne – pour certains usagers en RDC très peu monétisables il est sans doute plus bas, mais cela donne un ordre de grandeur. Ainsi, pour ses **6,45 millions d'utilisateurs congolais**, Facebook pourrait générer de l'ordre de $70–80 millions de revenus publicitaires par an (estimation).

Du côté de **Google**, l'équation est similaire : l'essentiel de son chiffre d'affaires provient d'AdWords et AdSense (publicités sur les pages de résultats de recherche et sur les sites partenaires, y compris YouTube). On peut imaginer que Google réalise quelques dollars par an et par internaute congolais actif (via les pubs sur YouTube, les bannières AdSense sur des sites locaux ou internationaux visités, etc.). Pour, disons, 20 millions d'utilisateurs actifs, cela pourrait représenter plusieurs dizaines de millions de dollars annuels. Difficile d'avoir des chiffres précis, car Google ne divulgue pas par pays, mais globalement la **rente publicitaire** extraite de l'audience congolaise – bien que modeste par utilisateur – se cumule sur des millions de personnes.

À l'échelle africaine, ces montants deviennent significatifs. Le marché publicitaire numérique en Afrique est en forte croissance : on prévoit **1,44 milliard USD de dépenses publicitaires sur les réseaux sociaux en 2025** pour l'ensemble du continent STATISTA.COM. Cela reste faible (moins de 1 % du marché publicitaire digital mondial), mais la tendance est à la hausse. De plus, ces chiffres n'incluent pas la **valeur indirecte** des données : par exemple, les données des utilisateurs africains servent aussi à

améliorer des outils d'intelligence artificielle (reconnaissance vocale adaptée aux accents africains, etc.), ce qui crée de la valeur à long terme pour les entreprises (même si ce n'est pas monétisé immédiatement via de la pub).

En résumé, les données congolaises alimentent un **vaste circuit publicitaire international**. Chaque clic, chaque like, chaque requête se convertit en une opportunité de ciblage commercial. **La valeur unitaire** d'un internaute congolais reste plus faible que celle d'un internaute occidental (du fait du marché publicitaire local embryonnaire et d'une publicité vendue souvent à des annonceurs internationaux à faible coût pour ce segment). Cependant, **le volume** commence à compter : avec des dizaines de millions d'usagers, les plateformes peuvent réaliser des revenus non négligeables. On peut considérer qu'en 2023, les données des internautes congolais ont probablement généré **plusieurs centaines de millions de dollars** de revenus agrégés pour l'ensemble des plateformes étrangères (tous services confondus).

Il est important de noter que **cette valeur économique est largement invisible dans les comptes nationaux**. Elle n'apparaît ni dans le PIB de la RDC (qui ne capture pas la valeur des services « gratuits » fournis par Facebook/Google, ni la valeur des données exportées), ni dans les recettes fiscales locales (puisque ces entreprises ne sont pas imposées sur la base de ces revenus en RDC, à l'exception peut-être de petites taxes indirectes via les opérateurs télécoms pour la bande passante consommée). C'est pourquoi on parle d'« économie invisible » – la richesse produite par les données congolaises circule hors des circuits économiques formels du pays.

3.2 Services "gratuits" vs richesse exportée : le cas de la RDC

On pourrait objecter que les **utilisateurs congolais reçoivent en échange** de leurs données l'accès à des services utiles (réseaux sociaux, messagerie, moteurs de recherche) sans payer d'argent – ce qui est vrai. Cette **valeur d'usage** est réelle : difficile de chiffrer ce que « vaut » pour un individu l'accès illimité à Facebook ou Google, mais des études dans d'autres pays ont tenté de le faire (par exemple, aux États-Unis, des gens évaluent à plusieurs centaines de dollars par an la valeur qu'ils accordent à pouvoir utiliser les moteurs de recherche librement). En RDC, où le revenu par habitant est faible, l'accès gratuit à ces outils peut être vu comme un avantage non monétaire significatif pour la population.

Cependant, le **déséquilibre** vient du fait que ces services gratuits permettent en contrepartie aux fournisseurs de s'approprier une richesse bien plus monétisable sur les marchés internationaux. Le rapport de force économique est tel que la RDC et ses citoyens **n'ont quasiment pas leur mot à dire** sur la manière dont leurs données sont exploitées. À ce jour, **aucune rémunération ou compensation** n'est versée aux usagers pour l'utilisation commerciale de leurs données. Par ailleurs, le tissu économique local profite peu de la manne publicitaire en ligne : les annonceurs ciblant les Congolais sont en majorité des entreprises étrangères (par ex. promotion de tel smartphone chinois ou

campagne d'ONG internationale), et les éventuels annonceurs locaux qui investissent (une brasserie, une banque congolaise qui ferait de la pub Facebook) paient une grosse partie de la valeur à Facebook Irlande ou Google, avec juste une commission locale éventuelle.

En l'absence de réglementation, on assiste donc à une **forme d'extractivisme numérique**. Des chercheurs parlent de *digital extractivism* ou *digital colonialism* pour décrire ce phénomène en Afrique REPOSITORY.LAW.UMICH.EDU. La RDC illustre bien ce schéma : elle fournit la "matière première" (données utilisateur, attention du public), pendant que la transformation en produit fini (ciblage publicitaire, services IA, analyses big data) se fait ailleurs, pour le profit d'intérêts extérieurs.

Quelques indicateurs mettent en lumière la sous-valorisation locale : en 2022, l'ensemble du **marché congolais de l'Internet (accès)** a généré ~943 millions USD de revenus pour les opérateurs télécoms ACP.CD– des revenus en grande partie captés localement cette fois (employés, actionnaires locaux ou étrangers, taxes). C'est déjà une somme non négligeable. Mais pendant ce temps, les **géants du Net** réalisent globalement des dizaines de milliards USD de bénéfices en exploitant les données de tous leurs utilisateurs. Il est certain que **si l'on pouvait isoler la contribution de la RDC à ces bénéfices**, on trouverait un montant appréciable, peut-être de l'ordre de quelques centaines de millions comme avancé plus haut. Actuellement, cette valeur ne "rejaillit" en RDC qu'indirectement : via des investissements ponctuels des entreprises (par exemple, Facebook a financé quelques formations de développeurs ou des points Wi-Fi dans certaines villes, Google a fait du sponsoring d'événements tech), ou via le service rendu aux internautes. Mais pas sous forme de revenus fiscaux ou de participation au PIB.

Un autre aspect de la valeur des données est l'**innovation et connaissances dérivées**. Par exemple, les données de mobilité des smartphones pourraient aider à la planification urbaine, celles de recherche pourraient éclairer les politiques de santé (en détectant les épidémies via les requêtes symptomatiques, comme Google l'a fait pour la grippe). Ces applications "secondaires" des données pourraient créer de la valeur sociale et économique localement, mais à condition d'y avoir accès. Or actuellement, ces données sont aux mains des entreprises : **le gouvernement ou les chercheurs congolais n'ont pas accès** aux gisements de données brutes de Facebook/Google sur la RDC, sauf via des programmes philanthropiques desdites entreprises (par ex. Facebook Data for Good partage certaines données agrégées de mobilité pendant les crises, Google publie des tendances de recherche). Là encore, la **valeur informative** reste majoritairement exploitée hors du pays.

3.3 Comparaison : la situation africaine et mondiale

La situation de la RDC n'est pas unique. La plupart des pays africains subissent une **fuite de valeur** similaire. Selon un rapport de 2021, l'Afrique dans son ensemble ne captait que **1 % du marché mondial des centres de données** (d'où le chiffre de plus de 1 million de m^2 de data centers manquants pour répondre aux besoins

AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK). Cela signifie que 99 % des données africaines sont traitées hors d'Afrique – et la valeur ajoutée aussi. Par contraste, les pays occidentaux et asiatiques capturent la plus grande part de la chaîne de valeur numérique : ils hébergent les centres de données, les équipes d'ingénieurs qui tirent des insights des données, les annonceurs qui payent pour cibler les utilisateurs.

Cependant, **la RDC est dans la partie la plus défavorisée du spectre**, même comparée à nombre de ses voisins. Par exemple :

- Au **Kenya** ou au **Nigéria**, se développent des entreprises locales d'analyse de données et de marketing digital, qui commencent à valoriser les données localement (par exemple, des agences de publicité numérique locales utilisent les données Facebook/Google via les outils d'audience pour conseiller les annonceurs nationaux). La part de la valeur qui reste dans l'économie locale y est donc un peu plus élevée qu'en RDC où l'écosystème digital est moins mature.

- Des pays comme le **Maroc** ou l'**Égypte** accueillent des centres d'appels et de modération de contenu pour les grands réseaux, ce qui rapatrie une petite fraction de la valeur sous forme d'emplois. La RDC ne bénéficie pas (encore) de ce genre d'emplois car elle n'est pas un hub francophone ou anglophone majeur pour les BPO du numérique.

- L'**Afrique du Sud**, avec son marché publicitaire bien développé, voit une proportion plus importante des budgets pub numériques dépensés sur des sites locaux (News24, etc.) ou via des régies sud-africaines, là où en RDC quasiment **toute la publicité en ligne passe par Google/Facebook**.

En dehors de l'Afrique, on voit émerger des concepts de **« découplage »** numérique pour protéger la valeur des données : l'Inde a par exemple imposé que les données de paiement de ses citoyens soient stockées en Inde (règles RBI 2018), ce qui a forcé Mastercard, Visa et consorts à construire des infrastructures locales, donc à investir et à soumettre ces données à la loi indienne. La Chine va beaucoup plus loin en ayant érigé des *grandes murailles numériques* (Great Firewall, restrictions sur les transferts transfrontaliers de données). Sans aller à ces extrêmes, même l'Europe, via le RGPD, confère une valeur juridique aux données personnelles, ce qui a poussé par exemple Facebook à rémunérer des délégués à la protection des données en Europe, à investir dans la conformité – donc une partie de la valeur générée est réinjectée en protection/défense juridique en Europe (amendes, etc.). En RDC, faute de cadre effectif, il n'y a pas de tels contrepoids : la valeur part librement.

Pour résumer, **les données des utilisateurs congolais ont une valeur économique bien réelle sur le marché international, principalement via la publicité et l'intelligence de marché**, mais le **retour économique direct pour la RDC est minime**. Cette disparité pose la question de comment **rééquilibrer les choses** – par la régulation, par des modèles alternatifs, ou par la coopération internationale. Avant cela, intéressons-nous aux

mécanismes concrets par lesquels les plateformes monétisent ces données en provenance de la RDC.



4. Comparaison avec d'autres pays africains et émergents

AFIN DE MIEUX SITUER LE CAS DE LA RDC, IL EST INSTRUCTIF DE LE COMPARER AVEC D'AUTRES PAYS, EN AFRIQUE ET AILLEURS DANS LE MONDE ÉMERGENT, CONFRONTÉS AUX MÊMES ENJEUX DE DONNÉES ET DE SOUVERAINETÉ NUMÉRIQUE. CETTE COMPARAISON PORTE SUR : LE DEGRÉ DE PÉNÉTRATION INTERNET ET L'AMPLEUR DES FLUX DE DONNÉES, LES STRATÉGIES DES PLATEFORMES ET LA VALEUR CAPTÉE, AINSI QUE LES RÉPONSES APPORTÉES (POLITIQUES OU ÉCONOMIQUES) POUR MAÎTRISER L'ÉCONOMIE DES DONNÉES.

4.1 Autres pays africains

Kenya – Le Kenya est souvent cité en exemple de hub numérique en Afrique de l'Est. Avec un taux de pénétration Internet avoisinant 85 % d'après certaines sources (chiffre controversé car il inclut la multi-sim et les usages très brefs), ou plus prudemment autour de 40–50 % d'utilisateurs réguliers, le Kenya est plus connecté que la RDC. Ses habitants génèrent donc beaucoup de données, et des services locaux comme **M-Pesa** (mobile money de Safaricom) ont pu capturer une partie de ces données in-country. Toutefois, les mêmes géants (Facebook, Google) dominent les usages, et une grande partie de la valeur des données file aussi hors du Kenya. La différence est que Nairobi héberge un écosystème de **startups tech** et des centres régionaux de multinationales (Google, Microsoft ont des bureaux et des laboratoires d'IA à Nairobi). Cela signifie que **davantage d'investissements et d'emplois qualifiés** liés à la data sont localisés au Kenya – par exemple, Google y a expérimenté des produits adaptés (ballons Loon pour l'accès Internet, etc.), et des ingénieurs kenyans travaillent sur des solutions d'IA, créant de la valeur locale à partir des données globales. En matière de régulation, le Kenya a adopté dès 2019 une **loi de protection des données personnelles** et mis en place un **Commissaire aux données** actif. L'application reste balbutiante, mais il y a eu par exemple des sanctions contre des entreprises locales malveillantes. Cela place le Kenya en relatif avance dans la prise de conscience de la valeur des données. Néanmoins, le rapport de force avec les GAFAM reste très déséquilibré là aussi.

Nigéria – Avec ses plus de 220 millions d'habitants, le Nigeria représente un des plus gros bassins de données d'Afrique. En janvier 2023, on estimait le taux de pénétration Internet nigérian à **55,4 %** (122,5 millions d'utilisateurs) STATISTA.COM. Le volume de données générées est énorme, d'autant que l'usage des réseaux sociaux y est intense (31,6 millions d'utilisateurs réseaux sociaux en 2023 ASKYAZI.COM). Logiquement, Facebook, Google et consorts retirent des revenus bien plus conséquents du Nigeria que de la RDC – le Nigeria est un marché prioritaire pour eux (Facebook y a ouvert un bureau commercial à Lagos, Google y a initié des programmes de formation de 1 million de jeunes). Côté local, le Nigeria a vu émerger de **grandes plateformes nationales** comme **Nairaland** (forum), **Flutterwave** (fintech), **Jumia** (e-commerce, cofondée par des Nigérians) – certaines de ces entreprises traitent localement une partie des données des Nigérians et deviennent elles-mêmes des acteurs de l'économie de la donnée. En outre, le Nigeria a promulgué en **2023 le Nigeria Data Protection Act**, dotant le pays d'un cadre juridique aligné sur les standards internationaux pour contrôler l'usage des données personnelles. Le Nigeria n'hésite pas non plus à tenir tête aux plateformes : en

2021, il a temporairement **banni Twitter** suite à un différend politique, montrant qu'il cherchait à asseoir sa souveraineté numérique. Cela a poussé Twitter à négocier et à se conformer à certaines demandes (comme la création d'une entité légale locale). Cette fermeté relative a des contreparties (impact sur la liberté d'expression), mais indique une **négociation plus équilibrée** qu'en RDC. En résumé, le Nigeria commence à **capter davantage de valeur locale** (via des champions nationaux et une base d'annonceurs en ligne plus importante), tout en restant dépendant des géants globaux.

Afrique du Sud – L'Afrique du Sud, bien que très différente économiquement, offre un contraste utile. Pays émergent le plus développé d'Afrique, avec ~68 % de pénétration Internet, elle a un important **marché publicitaire digital domestique** (agences, sites médias locaux puissants). Les GAFAM y gagnent beaucoup d'argent mais y réinvestissent aussi : Google a choisi Cape Town et Johannesburg pour installer des **data centers cloud** en 2022, et Amazon AWS y est implanté également. Ainsi, une partie des données des utilisateurs sud-africains peut rester sur le sol sud-africain (ne serait-ce que parce que les clients d'AWS Afrique du Sud stockent chez AWS à Cape Town). De plus, l'Afrique du Sud a une loi de protection des infos personnelles (POPIA, effective 2020) et une autorité (Information Regulator) déjà en action. L'environnement sud-africain incite les entreprises tech à respecter des règles locales et à **investir en local**. Pour la RDC, l'Afrique du Sud pourrait servir de modèle sur certains aspects : par exemple, attirer des **data centers régionaux** (le climat de Lubumbashi ou de l'Est du pays pourrait héberger des centres refroidis naturellement), ou développer une filière d'expertise en cybersécurité et données.

Autres pays africains – On peut aussi citer le **Rwanda**, qui malgré sa petite taille, pousse fort la notion de **centre de données régional** et de **hub d'IA** (avec le soutien d'investisseurs, Kigali veut héberger des clouds et a déjà un centre de données certifié Tier3). Le **Ghana** et le **Sénégal** travaillent sur des stratégies d'économie numérique qui incluent la valorisation locale des données (ex : projet de cloud souverain au Sénégal). Chacun de ces pays cherche à **retenir plus de valeur** – par exemple en lançant des plateformes locales (réseaux sociaux locaux très modestes, ou places de marché en ligne nationales). La plupart n'y parviennent qu'en partie, car il est difficile de rivaliser avec l'attractivité des services globaux.

Globalement, la RDC se situe plutôt dans le bas du classement africain pour la **maturité de son écosystème numérique**. Mais cela signifie qu'elle peut **tirer des enseignements** de ceux qui la précèdent : par exemple, s'inspirer du Nigeria pour exiger la localisation juridique des entreprises tech et l'application de taxes, ou du Kenya pour développer les compétences locales en data, ou de l'Afrique du Sud pour accueillir des infrastructures.

4.2 Pays émergents hors Afrique

Inde – L'Inde offre un parallèle intéressant : gigantesque population, données massives, mais longtemps exploitées essentiellement par les firmes américaines. Ces dernières années, l'Inde a pris des mesures pour **reprendre la main**. Elle a poussé à la création

d'alternatives locales (ex : le réseau social Koo en remplacement de Twitter, les acteurs locaux comme Reliance Jio investissent dans des plateformes de streaming, etc.). Surtout, l'Inde a imposé des règles de **localisation des données** dans certains secteurs (les données de paiement bancaires doivent rester en Inde, ce qui a contraint Mastercard à construire des data centers indiens). L'Inde a également bloqué des dizaines d'applications chinoises (TikTok, WeChat…) au nom de la souveraineté, favorisant ainsi ses acteurs nationaux. En 2023, l'Inde a promulgué une **Digital Personal Data Protection Act** qui, bien que critiquée pour ses exemptions gouvernementales, établit des obligations pour les sociétés (consentement, limitation de stockage) et prévoit des **amendes jusqu'à 250 crore INR** (~30 millions USD) en cas de non-conformité. Le résultat : des géants comme Google et Facebook traitent l'Inde avec égard, investissent lourdement (Google a un plan à 10 milliards d'investissement en Inde) et acceptent certaines contraintes (ils stockent plus de données en Inde, collaborent avec le gouvernement sur la modération de contenus etc.). La RDC ne peut prétendre au même rapport de force, mais la leçon indienne est qu'un grand pays émergent peut **renégocier la valeur des données** en sa faveur via des politiques volontaristes.

Brésil – Le Brésil, autre grand émergent, a adopté le **LGPD** (Loi Générale de Protection des Données, calquée sur le RGPD) et dispose d'une Autorité de protection des données. Les Brésiliens, nombreux sur les réseaux (Facebook, WhatsApp y sont rois comme en RDC), ont aussi un écosystème local important (portail UOL, e-commerces locaux, etc.). L'État brésilien a imposé une **taxe sur les services numériques** de 2 %, applicable aux recettes locales des plateformes, et il a su attirer des **data centers** (par ex. Facebook a un centre au Chili pour la région latam, qui stocke sans doute une partie des données d'AmSud). Cela montre qu'en définissant clairement un cadre fiscal et légal, un pays peut capter un petit pourcentage de la valeur qui sinon partirait à 100 %. La RDC pourrait s'en inspirer en contexte africain.

Chine – Si la Chine n'est pas « émergente » au même titre aujourd'hui, elle fut dans les 90s un pays en développement qui a choisi une voie radicalement différente en matière de données : protéger son marché intérieur par un **bouclier réglementaire**, ce qui a permis l'éclosion d'un **écosystème national** (Baidu, Alibaba, Tencent, TikTok…) qui gèrent les données chinoises et en tirent la valeur économique domestiquement. Bien sûr, c'est un modèle autoritaire avec censure, non transposable tel quel en RDC. Mais c'est l'exemple extrême de **souveraineté numérique totale** : les données des Chinois restent en Chine, exploitées par des sociétés chinoises sous le regard de l'État chinois – la valeur des données (publicité, e-commerce) contribue donc directement au PIB chinois et à ses champions industriels. Résultat, la Chine capte une part très importante de l'économie des données de ses citoyens, et même de citoyens étrangers via TikTok. Pour la RDC, retenir les GAFAM à la frontière n'est ni réaliste ni souhaitable (compte tenu de l'absence d'alternatives locales), mais l'exemple souligne l'importance d'encourager des **initiatives locales** pour ne pas dépendre uniquement des services étrangers.

Union européenne – Bien qu'elle ne soit pas "émergente", elle mérite mention car elle a su, via le RGPD, **influencer mondialement** le traitement des données. Des entreprises

comme Facebook ont dû adapter leurs politiques globales, offrant aux Européens par exemple la possibilité de refuser certains cookies ou d'exporter leurs données. L'UE a également sanctionné lourdement (amendes de plusieurs centaines de millions d'euros à Google, Meta, Amazon pour divers manquements). Ces montants, payés aux régulateurs européens, représentent une forme de **captation de valeur** (fines) sur l'économie des données, même si ce n'est pas leur but premier. On voit aussi en Europe des discussions sur la *rémunération des éditeurs de presse* par les plateformes (lois sur les droits voisins, etc.), signe d'une volonté de partager la valeur générée par les contenus et données. La RDC, via l'Union africaine ou la ZLECAf, pourrait s'inspirer de cette approche pour plaider un meilleur partage de la valeur des données africaines (par exemple via des redevances continentales ou un cadre commun type "RGPD africain").

Autres – D'autres pays comme la **Russie** exigent le stockage local des données de leurs citoyens (loi de 2015), et ont même bloqué des réseaux qui refusaient (LinkedIn a été bloqué en Russie pour non-conformité). Des pays d'Asie du Sud-Est (Vietnam, Indonésie) imposent également des **partenariats locaux** aux géants du Net et une présence physique (serveurs ou bureaux) pour opérer. Ces mesures permettent aux gouvernements d'avoir un **levier** – voire de percevoir des impôts locaux.

En comparant, on réalise que la RDC n'a pour l'instant pas utilisé de tels leviers : ni obligation de stockage local, ni exigence de représentation légale locale pour les GAFAM, ni taxes spécifiques sur leurs services. D'autres pays l'ont fait, avec divers succès, mais globalement cela a souvent conduit les plateformes à **s'aligner en partie** car elles tiennent à conserver l'accès à ces marchés.

Synthèse comparative : La RDC partage avec nombre de pays en développement une situation d'**asymétrie** face aux multinationales des données. Toutefois, elle est encore en retrait par rapport à plusieurs d'entre eux en termes de **prise de conscience et d'action**. Des pays comparables ont déjà instauré lois et institutions, et négocié des compromis pour garder plus de valeur localement. La RDC peut légitimement s'inspirer de ces expériences (adaptées à son contexte) pour combler son retard en matière de gouvernance de l'économie des données.



5. Mécanismes de monétisation des plateformes numériques en RDC

APRÈS AVOIR EXAMINÉ QUELLES DONNÉES CIRCULENT ET LEUR VALEUR GÉNÉRALE, INTÉRESSONS-NOUS AUX MÉCANISMES CONCRETS DE MONÉTISATION UTILISÉS PAR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES ÉTRANGÈRES OPÉRANT EN RDC. EN D'AUTRES TERMES, COMMENT CES ENTREPRISES TRANSFORMENT-ELLES LES DONNÉES ET L'ATTENTION DES UTILISATEURS CONGOLAIS EN REVENUS ? NOUS ABORDERONS PRINCIPALEMENT LES MODÈLES PUBLICITAIRES ET AFFILIÉS, MAIS AUSSI D'AUTRES MOYENS PLUS INDIRECTS DE TIRER PROFIT DE LA BASE D'USAGERS EN RDC.

5.1 La publicité ciblée, cœur du modèle

La **publicité en ligne personnalisée** est de loin le premier canal de monétisation des géants du web en RDC, comme partout dans le monde. Les recettes publicitaires proviennent de deux grands types de formats : les *annonces sur les réseaux sociaux* et les *liens sponsorisés sur les moteurs de recherche / sites web*.

- **Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, etc.)** : Chaque fois qu'un Congolais fait défiler son fil Facebook ou Instagram, environ 1 poste sur 5 est une publicité ciblée (*sponsorisée*). Ces publicités sont achetées par des annonceurs via la plateforme de Meta. Un annonceur peut par exemple cibler « hommes 18-35 ans vivant à Kinshasa intéressés par la musique » – Facebook affichera alors la publicité correspondante (par ex. pour un événement musical, ou pour un nouveau modèle de smartphone) aux utilisateurs remplissant ces critères. Meta facture les annonceurs soit au **coût par clic** (quelques cents de dollar chaque fois qu'un utilisateur clique sur l'annonce) soit au **coût par impression** (quelques dollars pour mille vues). En RDC, le **tarif publicitaire** est relativement bas comparé aux pays riches, car la concurrence entre annonceurs y est moindre et le pouvoir d'achat plus faible. Néanmoins, Meta gagne de l'argent sur le volume. Une grande entreprise de télécom ou de boissons peut mettre en place des campagnes à plusieurs dizaines de milliers de dollars pour atteindre des millions d'utilisateurs congolais – argent qui va en grande partie à Facebook. Le **profilage fin** des usagers (via leurs likes, leurs amis, leur localisation) est la clé qui permet de facturer ces annonces ciblées plus cher que de la pub indifférenciée. Il arrive également que de petites entreprises locales achètent des pubs Facebook (ex : boutique de vêtements à Kinshasa ciblant des clients dans la ville) : cela reste rare car le paiement se fait par carte bancaire en devise, mais quelques agences de communication congolaise servent d'intermédiaires. Pour Meta, ces marchés émergents forment la base de sa croissance en nombre d'utilisateurs – même si la monétisation par utilisateur est faible, l'ensemble contribue à ses revenus globaux. Il convient de noter que **WhatsApp** ne comporte pas de publicités (pour l'instant Meta n'en insère pas dans les chats), mais la société explore la monétisation via WhatsApp Business (facturation de messages commerciaux envoyés par des entreprises aux clients – en RDC cela débute avec des services d'information ou de SAV par WhatsApp, facturés par session aux entreprises).

- **Recherche et affichage (Google)** : Google monétise via deux principaux réseaux publicitaires. D'une part **AdWords** : ce sont les liens promotionnels en tête des résultats de recherche. Par exemple, si un utilisateur congolais tape « hôtel Kinshasa » sur Google, les premiers résultats peuvent être des annonces payantes de sites de réservation ou d'hôtels, qui auront payé Google pour apparaître. Chaque clic coûte à l'annonceur une certaine somme (quelques centimes à quelques dollars, selon le mot-clé et la concurrence). Étant donné le faible e-commerce en RDC, peu d'annonceurs locaux achètent des mots-clés, mais des acteurs globaux ou régionaux le font (chaînes hôtelières, sites de voyage ciblant même l'Afrique, etc.). D'autre part **AdSense** : c'est le réseau de bannières publicitaires que Google place sur des sites web tiers ou dans des applications mobiles. Beaucoup de sites consultés par les Congolais – y compris des blogs d'actualité congolais, ou des sites internationaux en français/anglais – affichent des encarts AdSense. Ces encarts montrent des pubs adaptées à l'utilisateur (grâce aux cookies de suivi : si un Congolais a consulté récemment des pages sur les motos, Google pourra lui montrer une pub pour des motos ou des pièces détachées via AdSense). À chaque affichage ou clic, Google et le site se partagent un revenu publicitaire payé par l'annonceur. Par ce biais, **Google monétise chaque minute passée par un Congolais sur le web**, sans même qu'il utilise un service Google directement, du moment qu'il y a de la pub AdSense sur la page. Sur **YouTube**, la monétisation se fait via des **annonces vidéo** insérées avant ou pendant les vidéos. Par exemple, en regardant un clip musical, l'utilisateur verra souvent une pub au début. Les créateurs de contenu congolais sur YouTube (par ex. des chaînes d'actualité ou des artistes) peuvent toucher une part de ces revenus publicitaires si leur chaîne est monétisée, mais Google en conserve la majeure partie.

En somme, la publicité ciblée transforme les données (profil, historique) en argent. **Plus les données sont riches**, plus le ciblage est précis, plus la plateforme peut facturer cher. C'est pourquoi ces entreprises multiplient les techniques pour **mieux connaître l'utilisateur** : encourager à remplir son profil, tracker son activité hors-site via des boutons "J'aime" ou Google Analytics, etc.

5.2 Autres leviers de monétisation

Outre la pub, quels sont les autres moyens pour les plateformes de tirer profit de leur présence et de leurs utilisateurs en RDC ?

- **Économie d'abonnement et d'applications** : Certaines plateformes proposent des services premium payants. Exemples : YouTube Premium (qui évite les pubs, permet le visionnage hors-ligne), Spotify Premium (musique en streaming sans pub). En RDC, ces abonnements payants restent très marginaux du fait du faible revenu moyen et de la difficulté de paiement en ligne. Netflix, qui vend un abonnement vidéo, compte des abonnés en RDC (via le paiement mobile Money ou carte bancaire), mais c'est concentré sur une petite élite urbaine. Donc, la

vente d'abonnements n'est pas encore un filon majeur exploité par les plateformes en RDC – elles misent d'abord sur la pub gratuite. Google vend bien du stockage Google Drive ou des services GCP (cloud) à quelques entreprises locales, mais c'est anecdotique au regard de ses revenus pub.

- **Vente de biens virtuels ou commissions** : Sur des plateformes comme les jeux vidéo en ligne (Fortnite, etc.) ou les app stores (Google Play, Apple App Store), il y a un modèle de vente d'achats intégrés ou d'applications payantes. En RDC, l'utilisation de cartes de crédit étant faible, ces transactions sont limitées. Google et Apple ont néanmoins conclu des accords avec des opérateurs pour la facturation directe sur crédit téléphonique (*carrier billing*) dans certains pays africains – je ne sais pas si c'est en place en RDC, mais si oui, cela permet à l'utilisateur d'acheter une app ou un contenu et d'être débité de son airtime mobile. Quoi qu'il en soit, les **commissions sur ventes d'apps** restent un mécanisme mineur en RDC actuellement par rapport à la pub. On peut également mentionner les **places de marché** type Jumia : Jumia gagne de l'argent via des commissions sur ventes e-commerce. Les données utilisateurs (historique d'achats) permettent du *cross-selling*, mais la monétisation est avant tout transactionnelle (commission sur le prix). Jumia RDC représente une activité modeste, la société n'ayant pas encore atteint la rentabilité en Afrique.

- **Data brokerage et partenariats de données** : Les grandes plateformes évitent aujourd'hui de vendre directement des données personnelles à des tiers, car cela violerait souvent leurs propres conditions et des lois. Cependant, il existe une **économie grise des données** avec des courtiers (data brokers) qui agrègent des bases de données (listes d'emails, de numéros, profils marketing). En Afrique, certains data brokers opèrent en récupérant par exemple des bases clients cédées par des entreprises ou des fuites. Il n'y a pas de preuve de vente de données utilisateurs congolais par Facebook ou Google – en général, ils monétisent via la pub sans *vendre* la donnée brute. En revanche, ils peuvent nouer des **partenariats commerciaux** avec des opérateurs : par exemple, un opérateur pourrait payer pour avoir des statistiques agrégées sur l'usage d'Internet (dans certains pays, Facebook Analytics for Operators a proposé des insights basés sur ses données). On a aussi vu des cas où Facebook partage, via son programme "Data for Good", des données de mobilité agrégées pour aider lors d'épidémies Ebola en RDC – là c'est gratuit et philanthropique, mais ça montre qu'ils possèdent des données qui pourraient avoir une valeur économique si elles étaient vendues (ex : à une agence d'urbanisme). Pour l'instant, la **monétisation indirecte via données agrégées** n'est pas une pratique déclarée en RDC, mais c'est un potentiel.

- **Influence et extension d'écosystème** : Pour certaines plateformes, avoir des millions d'utilisateurs actifs en RDC permet de **renforcer leur écosystème** et d'étendre leur influence, ce qui se monétisera ailleurs. Par exemple, plus il y a d'utilisateurs Android en RDC, plus Google assoit la domination de son Play Store – cela incite les développeurs d'apps locales (banques, services) à passer par

Google, qui prend 15-30 % de commission sur certaines transactions. De même, Facebook peut utiliser sa masse d'utilisateurs pour lancer de nouveaux services (ex : si demain Facebook proposait des paiements via WhatsApp Pay en RDC, il pourrait récolter des commissions sur chaque transfert). Pour l'instant ces fonctionnalités ne sont pas encore lancées en RDC (WhatsApp Pay a démarré en Inde, Brésil). Mais cela fait partie des *scénarios futurs de monétisation* : après la pub, attaquer le marché des paiements, du e-commerce intégré (Facebook Marketplace existe déjà en RDC, gratuit pour l'instant).

- **Monétisation du contenu local** : YouTube et Facebook commencent à rémunérer les créateurs de contenu (via les vues, ou des programmes de bonus). Par exemple, un youtubeur congolais populaire peut gagner quelques centaines de dollars grâce aux publicités sur sa chaîne. Ce modèle fait affluer des créateurs de contenu, ce qui attire plus d'utilisateurs et donc plus de pub – cercle vertueux pour la plateforme. Ce n'est pas directement la monétisation par l'entreprise, mais c'est un mécanisme pour **fidéliser le public local** en redistribuant une petite partie des revenus (générant ainsi plus de revenus totaux). TikTok a aussi des *Creator Funds*. En RDC, seuls quelques influenceurs en bénéficient (faute d'un gros marché publicitaire, les rémunérations sont faibles), mais c'est appelé à croître avec l'audience.

- **Services aux entreprises et cloud** : Microsoft, Google, Amazon proposent des services cloud, de l'hébergement, de la messagerie pro, etc., y compris pour les clients en RDC. Ce marché B2B n'est pas très grand (quelques banques et entreprises minières payent pour Office 365, pour de l'hébergement cloud régional, etc.), mais c'est un autre canal de revenus. Ces offres ne dépendent pas directement des données des utilisateurs, sauf que la **présence d'utilisateurs** incite les entreprises à choisir ces solutions (ex : une entreprise va sur Facebook Workplace parce que tous ses employés connaissent déjà l'interface Facebook). On voit donc une stratégie globale où **gagner des utilisateurs particuliers** ouvre la voie à monétiser ensuite **les professionnels et les gouvernements** (Google a par exemple fait des formations numériques en RDC qui promeuvent ses outils, espérant sans doute que les administrations ou ONG les utilisent).

En résumé, **la monétisation des données congolaises se fait surtout via la publicité ciblée**, vecteur principal et bien rodé. Les autres mécanismes sont émergents ou potentiels : les plateformes bâtissent un écosystème où l'utilisateur congolais est enfermé (*lock-in*) pour ensuite lui vendre soit des produits premium soit l'utiliser comme levier d'autres business (paiement, cloud, etc.).

Pour l'heure, la **dépendance au modèle publicitaire** a des implications : cela incite les plateformes à maximiser le temps de connexion des Congolais (pour afficher plus de pubs), donc à utiliser des algorithmes de recommandation qui retiennent l'attention (quitte à promouvoir des contenus polémiques ou viraux). Cela peut avoir des effets sociaux (propagation de fake news, etc., qui est un autre problème). D'un point de vue strictement économique, ce modèle signifie aussi que **les utilisateurs congolais sont le**

“produit” vendu aux annonceurs. Tant que la RDC ne dispose pas de mécanismes pour taxer ou réguler ce commerce, elle en est réduite à constater ce flux de monétisation sans y participer activement.

Dans la section suivante, nous verrons justement où en est la **régulation congolaise de la protection des données** et quelles comparaisons on peut faire avec des cadres juridiques comme le RGPD, la loi chinoise ou indienne – des éléments essentiels pour encadrer ou réorienter les mécanismes de monétisation évoqués ici.



6. État de la régulation des données en RDC et comparaisons internationales

6.1 Cadre juridique congolais : un code du numérique encore inopérant

La RDC a récemment franchi un pas important en adoptant un **Code du Numérique** complet. **Promulgué le 13 mars 2023**, ce Code (Ordonnance-loi n°23/010) vise à combler le vide juridique qui prévalait jusque-là dans le secteur digital PARADIGMHQ.ORG. Il couvre de nombreux domaines (transactions électroniques, cybersécurité, protection des données, etc.) et s'inspire en partie de normes étrangères (le RGPD européen notamment). Sur le plan de la **protection des données personnelles**, le Code du numérique consacre le droit à la vie privée et prévoit la création d'une **Autorité de Protection des Données (APD)** indépendante, chargée de veiller au respect de la loi par les entreprises et administrations. Les articles 262 à 270 du Code détaillent les missions et pouvoirs de cette APD, calquées sur les bonnes pratiques internationales (autoriser les traitements sensibles, contrôler les exportations de données, recevoir les plaintes des citoyens, etc.) DROITNUMERIQUE.CD.

Cependant, à ce jour fin 2024, **cette Autorité n'existe que sur le papier**. Il manque les décrets d'application nécessaires pour l'opérationnaliser. Une étude présentée en août 2024 a justement exhorté le gouvernement congolais à **signer le décret organisant l'Autorité de protection des données**, comme prévu par l'article 262 du Code du numérique 7SUR7.CD. Faute de cela, aucun régulateur spécialisé n'est en place pour appliquer les règles de protection des données. Ce vide juridique fait que les obligations théoriques du Code (consentement des personnes, sanctions en cas d'abus, etc.) ne sont pas réellement contraignantes dans les faits.

En pratique, la régulation du numérique reste assurée par l'**ARPTC** (Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo), rebaptisée en 2023 **ARPTIC** pour inclure les TIC DROITNUMERIQUE.CD. Un décret de 2024 a étendu les missions de l'ARPTIC pour combler provisoirement l'absence des nouvelles instances prévues par le Code du numérique DROITNUMERIQUE.CD. Ainsi, l'ARPTIC cumule aujourd'hui des responsabilités larges : régulation télécom, régulation du numérique en général, **certification électronique** et même **protection des données personnelles** par intérim. Cette concentration pose question – l'ARPTC était déjà débordée sur les télécoms, et n'a ni l'expertise spécifique ni l'indépendance requises pour traiter des plaintes en matière de données personnelles. Par exemple, si un usager se plaint d'un abus de ses données par un opérateur télécom, l'ARPTIC se trouverait juge et partie. La société civile congolaise insiste donc pour que l'Autorité dédiée aux données soit **rapidement mise en place et dotée de moyens** afin d'appliquer la loi de manière impartiale 7SUR7.CD.

Par ailleurs, la RDC n'a pas encore ratifié la **Convention de Malabo (2014)** de l'Union africaine sur la protection des données personnelles 7SUR7.CD. Ce traité continental – entré en vigueur en 2023 – vise à harmoniser les lois africaines et à créer un cadre de coopération. En l'absence de ratification, la RDC ne bénéficie pas des mécanismes d'entraide prévus (échanges entre autorités africaines, etc.). De même, la RDC ne fait pas

partie (pour l'instant) des pays africains ayant adhéré à la convention 108+ du Conseil de l'Europe, ce qui l'aurait rapprochée du standard RGPD.

En somme, **le cadre légal congolais est désormais élaboré sur le papier**, mais son effectivité est quasi nulle faute d'institutions opérationnelles. Cela laisse les utilisateurs dans la même situation qu'avant 2023 – sans recours facile en cas d'atteinte à leur vie privée – et les entreprises dans le flou sur leurs obligations. Il y a donc urgence à *passer de la loi à l'action*, en formant les régulateurs, en publiant les décrets manquants, et en engageant des premières procédures pour crédibiliser la régulation.

6.2 Comparaisons : du RGPD européen au modèle chinois

Plusieurs modèles de régulation des données coexistent dans le monde, offrant des points de comparaison utiles pour la RDC :

- **Union européenne (RGPD)** : L'UE a mis en place en 2018 le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), souvent considéré comme la référence mondiale. Il repose sur des principes forts (consentement explicite, minimisation des données, finalités déterminées) et confère aux individus des droits étendus (accès, rectification, effacement, portabilité de leurs données). Le RGPD a une **portée extraterritoriale** – toute entité traitant des données d'Européens doit s'y conformer, peu importe où elle est établie. Cela a obligé certaines entreprises africaines traitant des données de clients européens (compagnies aériennes, hôtels…) à rehausser leurs standards. Le RGPD prévoit surtout des **sanctions dissuasives** : jusqu'à 20 millions € ou 4 % du chiffre d'affaires mondial en cas d'infraction. En pratique, les autorités européennes n'ont pas hésité à infliger des amendes record à des géants (ex : 1,2 milliard € à Meta pour transfert illégal de données REPOSITORY.LAW.UMICH.EDU). Ce régime strict assure une *protection élevée des individus*, mais certains estiment qu'il peut freiner l'innovation (fortes contraintes sur les PME). La RDC, en s'inspirant du RGPD, s'aligne sur un haut niveau de protection, ce qui est positif pour les citoyens. Encore faut-il appliquer réellement ces principes localement.

- **Modèle africain en construction** : De nombreux pays africains ont adopté des lois similaires au RGPD ces dernières années (on compte plus de 30 lois nationales de protection des données sur le continent). Par exemple, le **Kenya** et le **Nigéria** ont des lois depuis 2019–2023 avec création d'autorités dédiées, tout comme le **Sénégal** (CDP) ou l'**Afrique du Sud** (POPIA). Ces autorités commencent à exercer des contrôles et à sensibiliser le public, bien que leurs moyens soient limités. L'Union Africaine a, avec la Convention de Malabo, proposé un cadre commun, mais celui-ci manque de ratifications pour être pleinement effectif. Pour l'instant, la coopération africaine passe par des réseaux informels d'échanges entre régulateurs. La RDC, en entrant dans ce club via son Code du numérique, pourrait bénéficier de ces retours d'expérience (stages de formation auprès de la CDP sénégalaise ou de la NITDA nigériane par exemple). À terme, une harmonisation

régionale (par ex. **Zone CEMAC** qui impose à ses membres une loi type RGPD, ou **SADC** dans le cadre de laquelle la RDC pourrait s'insérer) faciliterait l'application des règles aux entreprises transfrontalières.

- **États-Unis** – Curieusement, les États-Unis, pourtant berceau des GAFA, n'ont pas de loi fédérale unique sur les données personnelles. La protection s'y fait de manière sectorielle (lois spécifiques santé, finance…) et via la régulation du commerce trompeur (FTC). La Californie a cependant adopté le CCPA/CPRA (2018/2020) qui confère des droits proches du RGPD aux Californiens. L'approche américaine est davantage axée sur la **liberté d'entreprendre** : on mise sur l'autorégulation et les class actions en justice en cas d'abus. Cette philosophie, plus permissive, a favorisé l'essor des géants du numérique en limitant les contraintes. Elle montre aussi ses limites : scandales à répétition (Cambridge Analytica, fuites de données massives) et défiance croissante du public. La RDC, pour sa part, semble avoir opté pour une approche plus proche de l'Europe (cadre public régulateur) que des États-Unis.

- **Chine** – La Chine a érigé la **souveraineté numérique** en principe cardinal. Elle a d'abord verrouillé son marché intérieur en bloquant la plupart des services étrangers (Facebook, Google, Twitter, etc.), ce qui a permis l'essor de ses champions nationaux (WeChat, Alibaba…). Sur le plan législatif, la Chine a adopté en 2021 deux lois majeures : la **Loi sur la sécurité des données** et la **Loi sur la protection des informations personnelles** (PIPL). Ces textes imposent une **localisation obligatoire** des données jugées critiques ou sensibles : celles-ci doivent être stockées et traitées en Chine, et leur transfert à l'étranger est soumis à autorisation étatique. De plus, Pékin s'arroge un droit de regard sur les entreprises numériques : les algorithmes de recommandation doivent être déclarés, et des audits de cybersécurité peuvent être imposés, notamment avant toute introduction en bourse à l'étranger (cas de Didi en 2021). Le modèle chinois privilégie donc la **sécurité nationale et le contrôle étatique** sur la vie privée individuelle – bien que la PIPL reprenne aussi des concepts du RGPD (consentement, minimisation). Résultat, la valeur des données chinoises reste en Chine, au profit soit des entreprises locales soit du gouvernement. En contrepartie, les utilisateurs n'ont guère de recours contre l'État ou les grandes firmes (peu de contre-pouvoir indépendant). Ce modèle illustre une extrémité : la **donnée comme ressource stratégique nationale**, protégée des appétits étrangers, mais au prix de libertés publiques réduites.

- **Inde** – L'Inde, autre géant démographique, a récemment finalisé sa loi de données personnelles (DPDP Act 2023) après des années de débats. Cette loi replace la responsabilité chez les entreprises (dites *data fiduciaries*) avec des obligations de protection, mais elle a été critiquée pour son **assouplissement** par rapport aux premières versions : elle ne prévoit plus de stockage local obligatoire (les données indiennes peuvent être transférées librement vers des pays approuvés) et crée une **Data Protection Board** dont l'indépendance vis-à-vis du gouvernement est questionnée. Toutefois, bien avant cette loi, l'Inde a usé

d'autres leviers réglementaires pour garder de la valeur : dès 2018, la banque centrale (RBI) a imposé que toutes les données de paiements numériques soient stockées en Inde, forçant Visa, Mastercard & co à construire des data centers locaux. L'Inde a aussi interdit des dizaines d'applications étrangères (notamment chinoises comme TikTok) pour motif de sécurité, afin de protéger ses données. Enfin, l'Inde a mis en place une **fiscalité numérique** (également appelée "taxe Google") depuis 2016, prélevant un petit pourcentage sur les transactions publicitaires et services numériques importés. Grâce à ces mesures, l'Inde **capture davantage de valeur** : les géants du Net y investissent en infrastructures et partenariats (ex : Google a ouvert une région cloud à Mumbai), et l'écosystème local est dynamisé. Pour la RDC, l'exemple indien montre qu'un pays peut défendre ses intérêts même face aux multinationales en utilisant ses pouvoirs régaliens (blocage, taxation, obligation locale) – bien sûr, l'Inde a le poids de son marché pour elle.

En synthèse, **la régulation mondiale des données oscille entre deux pôles** : un pôle *libéral* (États-Unis, en partie Inde) laissant plus de place au marché, et un pôle *dirigiste* (Europe, Chine) imposant un cadre strict au nom des droits ou de la souveraineté. La plupart des pays africains, y compris la RDC, tendent à suivre le modèle européen (droits individuels, autorité de contrôle) car il offre une base légitime pour négocier avec les firmes étrangères et protéger les citoyens. Mais ce modèle exige une mise en œuvre robuste. Faute de quoi, même la meilleure loi reste théorique, et les entreprises continueront d'agir comme bon leur semble – **exploiter les failles** et consentements flous pour poursuivre l'extraction de données REPOSITORY.LAW.UMICH.EDU. L'enjeu pour la RDC est donc de **traduire sa vision réglementaire en réalité opérationnelle**, tout en s'inspirant des stratégies complémentaires vues ailleurs (par ex., exiger davantage de **stockage local** de certaines données sensibles, ou **taxer** les services numériques pour compenser l'asymétrie économique).



7. Perspectives des acteurs congolais : regards d'experts et d'usagers

COMMENT LES CONGOLAIS PERÇOIVENT-ILS L'ÉCONOMIE INVISIBLE DES DONNÉES ET LA PROTECTION DE LEUR VIE PRIVÉE EN LIGNE ? CE CHAPITRE DONNE LA PAROLE À QUELQUES VOIX LOCALES – JURISTES, ACTIVISTES, MAIS AUSSI USAGERS – POUR ÉCLAIRER LES RÉALITÉS ET ATTENTES AU PAYS.

Conscience publique naissante – D'une manière générale, le concept de protection des données reste **peu familier du grand public congolais** GRANDSLACSNEWS.COM. La majorité des usagers abordent Internet sous l'angle pratique (accès à Facebook, WhatsApp, YouTube) sans toujours mesurer les enjeux liés à leurs informations personnelles. *« Les gens ne lisent pas les conditions d'utilisation, ils cliquent juste sur "Accepter" »,* constate un formateur en alphabétisation numérique à Kinshasa. Il n'existe pas encore de grand scandale national ayant médiatisé la question (à l'instar de l'affaire Cambridge Analytica ailleurs). Cependant, petit à petit, l'idée que *« nos données ont de la valeur »* fait son chemin. Des campagnes de sensibilisation commencent, portées par des organisations comme l'**ONG Rudi International** ou des ateliers d'Internews, expliquant aux étudiants et entrepreneurs l'importance de protéger leurs informations. Le **journée mondiale de la protection des données (28 janvier)** a donné lieu en 2023 à des interventions dans les médias congolais mettant en avant ces enjeux GRANDSLACSNEWS.COM. On sent un intérêt croissant, notamment chez les jeunes professionnels urbains, pour les questions de confidentialité : l'utilisation de messageries chiffrées (Signal, Telegram) progresse dans certains cercles, par souci de sécurité. Néanmoins, pour la grande majorité, la priorité reste l'accès et le coût de la connexion plus que le contrôle de ses données. *« Je n'ai rien à cacher, de toute façon »,* entend-on souvent, signe d'une certaine résignation quant à l'utilisation commerciale de leurs données.

Appel des experts pour une action rapide – Du côté des spécialistes congolais du numérique, le ton est à l'urgence. *« La RDC doit se mettre à jour car il en va de la sécurité de ses citoyens en ligne »*, martèle Arsène Tungali, pionnier de la gouvernance Internet en RDC GRANDSLACSNEWS.COM. Lors d'une interview à l'occasion de la Journée des données personnelles 2023, il a souligné que de plus en plus de pays adoptent des lois dédiées et que la RDC ne peut se permettre de rester en arrière. Pour lui, le Code du numérique est un bon début, mais *« il faut maintenant le faire vivre, le populariser, et contraindre les plateformes à le respecter »*. Il recommande de prioriser l'installation de l'Autorité de protection des données et de former des juristes locaux en droit du numérique. *« Nous avons besoin de compétences locales capables de défendre nos intérêts face aux géants du Net »*, insiste-t-il, citant l'exemple d'avocats nigérians qui commencent à intenter des actions contre des traitements illégaux.

Me **Prospère Ntetika**, avocat spécialiste du droit des TIC en RDC, abonde dans le même sens. Dans son travail au sein du *think tank* **Law & Technologies**, il a contribué à publier en 2025 un guide pratique sur la conformité au Code du numérique NUMERICO.CD NUMERICO.CD. Pour lui, la priorité est d'opérationnaliser l'écosystème réglementaire :

« Sans Autorité de Protection des Données, sans Conseil du numérique, nos belles dispositions resteront lettre morte ». Il note que même des mesures simples, comme l'obligation pour les entreprises de nommer un *Délégué à la protection des données* interne, tardent à être appliquées. Au-delà du juridique, Me Ntetika souligne un enjeu économique national : *« Les données personnelles sont la* ***mine du numérique****, et si nous stockons ces données dans le pays, cela profitera au développement technologique de la RDC »* 7SUR7.CD. Il milite donc pour une stratégie de **localisation des données** : encourager les entreprises à héberger localement, inciter les géants à mettre des serveurs en RDC, voire imposer que certaines données sensibles ne quittent pas le territoire. Cette vision rejoint celle de certains responsables publics.

Mobilisation des pouvoirs publics – Du côté du gouvernement, le Ministère du Numérique a affiché sa satisfaction après la promulgation du Code, le présentant comme *« extrêmement pertinent et innovant »* PARADIGMHQ.ORG. Le ministre Augustin Kibassa Maliba a salué l'initiative de la société civile (think tank L&T) qui pousse à la mise en œuvre du cadre légal 7SUR7.CD. Toutefois, on attend encore des actes forts. L'ARPTC/ARPTIC, par exemple, communique peu sur la protection des données – son site web n'avait pas (à fin 2024) de section dédiée ni de formulaire de plainte pour le public. Certains parlementaires commencent à poser des questions sur l'application du Code du numérique, signe que le sujet gagne l'agenda politique. La **Commission Nationale des Droits de l'Homme (CNDH)** a également inclus dans son rapport 2023 un chapitre sur le droit à la vie privée numérique, recommandant à l'État de finaliser l'Autorité de protection des données et de ratifier la Convention de Malabo.

Usagers entre crainte et fatalisme – Parmi les internautes lambda, on retrouve deux attitudes. D'un côté, une part d'utilisateurs se disent **inquiets** de l'exploitation de leurs données. Par exemple, des étudiants de l'Université de Kinshasa ayant participé à un café numérique témoignent qu'ils *« se sentent épiés par Facebook »*, notant qu'après avoir parlé d'un sujet entre eux, ils voient apparaître des publicités liées sur leur fil d'actualité – illustration concrète du ciblage intrusif qui les dérange. Certains effacent régulièrement leur historique Google ou limitent ce qu'ils partagent en ligne. De l'autre côté, beaucoup expriment un **fatalisme pragmatique** : *« Que pouvons-nous y faire ? On profite déjà des services, c'est l'essentiel ».* Ce fatalisme vient aussi du faible pouvoir de négociation individuel face à des multinationales : même si un Congolais refuse WhatsApp pour préserver sa vie privée, il se coupe d'un canal de communication majeur dans son milieu, ce qui est trop coûteux socialement. Cette résignation rappelle qu'au-delà des lois, il faudra donner aux usagers les moyens concrets de reprendre le contrôle (alternatives locales, options de paramétrage claires, etc.).

Rôle de la société civile – Heureusement, des **activistes et ONG congolaises** commencent à jouer les intermédiaires pour défendre les usagers. Le collectif **Congo numériques** organise par exemple des sessions sur la sécurité numérique pour les journalistes, où la question des données personnelles est abordée (comment protéger ses sources, ses contacts, etc.). La branche locale d'**Internet Society** promeut l'idée d'un Internet *user-centric* et soutient les IXPs et initiatives techniques qui gardent le trafic

local (ce qui, indirectement, protège mieux les données des Congolais en réduisant leur trajet à l'étranger). La **Jeunesse** se mobilise aussi via des cafés numériques et hackathons sur la vie privée – signe d'une appropriation du sujet par la nouvelle génération technophile.

En résumé, les **témoignages congolais reflètent une prise de conscience progressive**. Les experts et militants sonnent l'alarme et proposent des solutions (lois effectives, stockage local, éducation numérique). Les pouvoirs publics affichent leur volonté mais doivent accélérer le pas. Quant aux usagers, ils oscillent entre préoccupation et passivité, manquant encore d'information ou de alternatives. Il devient clair que sans une impulsion résolue – combinant sensibilisation de la population et actions concrètes des autorités – la situation actuelle, où les données s'échappent sans contrepartie, perdurera. Ces voix appellent donc à **renforcer la souveraineté numérique** de la RDC, thème de notre dernier chapitre.



8. Scénarios prospectifs et recommandations pour une souveraineté numérique accrue

À PARTIR DE L'ÉTAT DES LIEUX ÉTABLI, QUELS FUTURS POSSIBLES SE DESSINENT POUR LA RDC DANS SON RAPPORT À L'ÉCONOMIE DES DONNÉES ? ET QUELLES ACTIONS CONCRÈTES ENTREPRENDRE POUR ÉVITER LE SCÉNARIO DU PIRE ET BÂTIR UN AVENIR NUMÉRIQUE SOUVERAIN ET PROFITABLE POUR LE PAYS ? NOUS ESQUISSERONS DEUX SCÉNARIOS CONTRASTÉS À L'HORIZON 5 À 10 ANS, PUIS FORMULERONS DES RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES.

8.1 Scénarios d'avenir : inertie ou sursaut

Scénario 1 – La perpétuation de la colonie numérique : Dans ce futur, la RDC ne parvient pas à appliquer ses lois ni à inverser les tendances actuelles. L'Autorité de protection des données n'est toujours pas opérationnelle, ou bien existe seulement de nom sans moyens ni volonté politique forte. Les grandes plateformes poursuivent leurs activités comme avant, continuant de siphonner les données des Congolais vers leurs serveurs à l'étranger. En l'absence de pression réglementaire, elles n'investissent pas dans le pays : aucun data center n'ouvre en RDC, aucun représentant légal n'est nommé localement, et les collaborations avec les autorités restent minimales. Les utilisateurs, de leur côté, deviennent de plus en plus nombreux (peut-être 50 millions d'internautes d'ici 2030) et utilisent massivement les services numériques, générant un **flux exponentiel de données personnelles**. Mais faute d'infrastructures nationales, plus de **80 % de ces données continuent d'être stockées hors du continent** AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK. Le marché publicitaire numérique congolais, lui, reste embryonnaire : l'essentiel des budgets marketing part sur Facebook/Google, avec une infime partie reversée aux créateurs congolais sous forme de monétisation YouTube ou Facebook. En somme, la **valeur ajoutée** produite par les données congolaises sur le marché mondial atteint des sommets (on peut imaginer qu'elle double ou triple avec l'augmentation du nombre d'usagers et l'amélioration de la connectivité), mais cette richesse profite toujours quasi exclusivement à l'étranger. Localement, l'impact sur l'économie se limite à la croissance du secteur télécom (vente de data) et à quelques emplois de marketing digital. Ce scénario du *laisser-faire* verrait la RDC **manquer la révolution de la donnée** : elle serait consommateur passif de technologies, et non producteur de solutions. En matière de droits, les Congolais continueraient d'être exposés à d'éventuels abus (profilage politique, fuites, etc.) sans recours efficace. *« Nous risquons de devenir de simples colonisés du numérique, où notre rôle se limite à fournir la matière première »*, avertissait déjà en 2019 un expert africain AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK. Ce scénario confirme ce risque : la RDC, riche de pétrole, de minerais, et bientôt riche de données, en resterait dépossédée – une **colonie numérique** dont la valeur est exploitée ailleurs.

Scénario 2 – La reprise de contrôle et la création de valeur locale : Dans ce futur alternatif, la RDC et l'Afrique centrale opèrent un **sursaut stratégique**. Sur le plan institutionnel, la RDC met en place dès 2025 son Autorité de protection des données,

qui commence à auditer et sanctionner en cas de manquements. Des premières amendes symboliques sont infligées à de grandes entreprises pour non-conformité, envoyant un signal clair. La RDC ratifie aussi la Convention de Malabo et s'inscrit dans les dynamiques africaines, bénéficiant de l'appui de régulateurs plus chevronnés. Progressivement, un **environnement de confiance** se construit : citoyens et investisseurs savent que le pays prend au sérieux la gouvernance du numérique. Sur le plan technique, la RDC accueille de nouvelles infrastructures : par exemple, un consortium public-privé lance un **data center national** à Kinshasa, capable d'héberger des données localement en toute sécurité. Des géants du cloud comme Amazon ou Huawei pourraient être intéressés pour déployer une région cloud dans le pays si le climat d'affaires s'améliore (peut-être en s'adossant au grand projet d'intranet de la SADC ou de l'Afrique centrale). D'ici 2030, on pourrait ainsi voir **une partie des données congolaises hébergées localement**, ne serait-ce que 20–30 % (notamment les données gouvernementales, bancaires et certaines copies de contenus à fort trafic). Rappelons qu'actuellement l'Afrique manque cruellement de centres de données (besoin de 1,4 à 3,5 millions de m^2 supplémentaires) et que combler ce retard créerait des milliers d'emplois et réduirait la dépendance AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK. Sur le plan économique, la RDC pourrait adopter des mesures fiscales incitatives : par exemple, **exonérer de TVA ou de droits de douane** les équipements de data center, ou offrir de l'électricité à tarif réduit aux opérateurs hébergeant localement. À l'inverse, elle pourrait appliquer une **taxe sur les services numériques étrangers** (comme le font la France à 3 % du CA numérique ou le Kenya à 1,5 %) afin de récupérer une part des revenus publicitaires captés par les plateformes. Avec ces recettes, le gouvernement pourrait financer un fonds d'appui à l'économie numérique locale. On peut imaginer ainsi un **essor de startups congolaises** exploitant les données de manière éthique pour des services locaux : par ex., des applications e-santé utilisant des données (anonymisées) de santé publique pour mieux cibler les campagnes, ou des plateformes d'e-commerce locales analysant les préférences des clients congolais pour adapter l'offre. Si elle est bien gérée, la **donnée peut devenir un moteur de croissance** nationale. Le *World Economic Forum* estime que la valeur de l'IA et de la data pourrait ajouter **15,7 mille milliards USD à l'économie mondiale d'ici 2030** AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK– dans le scénario 2, la RDC capterait une fraction de ce gâteau en développant ses propres cas d'usage de l'IA entraînée sur des données locales (par ex., modèles de traduction automatique pour le lingala, systèmes d'aide agricole basés sur des données congolaises de climat et sol, etc.). Ce scénario verrait également une bien meilleure **protection de la vie privée** des citoyens : avec un régulateur actif, des audits de conformité réguliers et une population plus éduquée aux droits numériques, les entreprises seraient tenues de respecter le consentement, de sécuriser sérieusement les données, sous peine de sanctions. L'utilisateur congolais de 2030 pourrait choisir de stocker ses données sur un cloud local soumis au droit congolais, plutôt que systématiquement sur des services étrangers. Bref, la RDC commencerait à **retisser sa souveraineté numérique**, en coopérant avec d'autres nations africaines pour augmenter son poids.

Naturellement, le second scénario est ambitieux et nécessiterait une volonté politique forte, des investissements et du temps. Il n'est pas réaliste d'imaginer que la RDC inverse

totalement, en quelques années, des dynamiques mondiales dominées par les GAFA. Mais elle peut, pas à pas, **rééquilibrer la balance** en sa faveur. Cela suppose de tirer parti de ses atouts (marché en croissance, position géographique centrale, opportunités de leapfrog technologique) et de mettre en œuvre des **politiques volontaristes**. C'est ce que détaillent nos recommandations ci-après, qui visent à transformer le scénario vertueux en réalité.

8.2 Recommandations prioritaires

1. Rendre effective la régulation des données – Appliquer la loi est la toute première recommandation. Cela passe par : (a) **Opérationnaliser l'Autorité de Protection des Données** en adoptant les décrets nécessaires en 2024, en recrutant du personnel compétent (y compris formé à l'étranger si besoin), et en lui garantissant l'indépendance et les moyens budgétaires pour fonctionner. (b) **Renforcer les capacités** : offrir des formations en continu aux régulateurs, juges et officiers de police sur la protection des données et la cybercriminalité, avec l'aide de partenaires internationaux (UE, OIF, etc.). (c) **Élaborer des directives sectorielles** : par exemple, exiger que les opérateurs télécoms obtiennent le consentement avant de partager des données de géolocalisation à des fins marketing, ou interdire la collecte de données biométriques sans base légale claire. (d) Mener dès que possible des **contrôles pilotes** (audits) auprès de grandes entreprises traitant beaucoup de données (opérateurs mobiles, banques, assureurs, ministères, universités…) pour évaluer leur conformité au Code du numérique, et publier les résultats pour l'exemplarité. Tant que les acteurs verront que la loi n'est pas appliquée, ils ne changeront pas leurs pratiques – il faut donc créer un précédent.

2. Instaurer une gouvernance nationale du numérique cohérente – Le Code du numérique prévoit la création d'un **Conseil National du Numérique** et d'une **Autorité de Régulation du Numérique** distincte de l'ARPTC. Plutôt que de tout concentrer sur l'ARPTIC (solution transitoire), il serait souhaitable de **mettre en place ces organes** pour répartir les missions. Le Conseil du numérique, organe consultatif, pourrait regrouper des représentants de l'État, du secteur privé, de la société civile et des universités afin de conseiller sur les orientations stratégiques (un peu à l'image du Conseil du numérique en France). L'Autorité de Régulation du Numérique, elle, serait chargée de superviser plus largement l'économie numérique (concurrence loyale en ligne, questions d'accès, etc.), laissant à l'APD le volet données personnelles. Il faut éviter la confusion des rôles. Nous recommandons donc une **clarification institutionnelle** d'ici 2025, via les textes d'application manquants, pour que chaque entité sache son périmètre.

3. Renforcer les infrastructures locales (data centers, IXPs) – Pour garder les données localement, encore faut-il avoir des infrastructures de stockage et d'échange. La RDC doit investir dans des **centres de données** sur son sol. Cela pourrait se faire via un partenariat public-privé : par exemple, un opérateur international de data centers pourrait être incité à construire à Kinshasa ou Lubumbashi (territoires stables électriquement) un centre aux normes, en association avec l'opérateur public SCPT ou une entreprise minière cherchant à diversifier. L'État pourrait mettre à disposition un terrain et garantir

un prix d'électricité préférentiel (beaucoup de data centers s'installent où l'énergie est abondante et peu chère – la RDC a un potentiel hydroélectrique énorme). De plus, il faut poursuivre l'extension des **points d'échange Internet (IXP)**. Le KINIX, GOMIX et LUBIX existent, mais il faudrait les densifier (connecter plus d'opérateurs, héberger plus de caches CDN). Un IXP dans la région Est (Bukavu/Goma) pourrait aussi être développé pour échanger directement avec les pays voisins. Ces améliorations gardent le trafic local, ce qui réduit les coûts pour les FAI et améliore l'expérience usager, tout en diminuant la dépendance aux infrastructures étrangères. **Objectif d'ici 2030** : qu'au moins 50 % du trafic Internet congolais soit échangé localement (contre ~36 % estimé aujourd'hui AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK). Conjointement, encourager l'**hébergement local** de sites web congolais : inciter par exemple les médias, banques et e-commerçants à placer leurs serveurs en RDC ou à défaut dans un pays africain proche, via des avantages fiscaux. Plus de contenu local hébergé localement = moins de fuite de données.

4. Promouvoir la souveraineté et la sécurité des données publiques – L'État congolais lui-même doit montrer l'exemple en matière de gouvernance des données. Cela implique de développer une **politique de données gouvernementales** robuste. Par exemple : (a) Héberger dans des centres de données nationaux (une fois disponibles) les bases de données sensibles de l'administration (état civil, registre foncier, données fiscales…) plutôt que sur des serveurs à l'étranger ou dans le cloud de multinationales. (b) Mettre en place un **cloud gouvernemental souverain**, éventuellement en partenariat avec d'autres pays de la région ou via des offres de sociétés africaines, pour le stockage des e-mails officiels, documents, etc., avec chiffrement et contrôle local. (c) Sensibiliser les ministères à ne pas utiliser de solutions grand public non maîtrisées (comme Google Drive ou WhatsApp) pour les communications sensibles – proposer des alternatives internes sécurisées. (d) Valoriser les **données publiques non personnelles** via des initiatives d'open data pour stimuler l'innovation (par ex., ouvrir les données météorologiques, de transport, agricoles… afin que des acteurs locaux puissent développer des services). Cela permet de créer de la valeur à partir des données tout en gardant celles-ci dans le giron national.

5. Adapter l'éducation et la formation – Il est crucial de **former les ressources humaines** qui feront vivre la souveraineté numérique. Intégrer la **littératie numérique** dans les programmes scolaires et universitaires, avec un module sur la protection des données et la cybersécurité pour tous les élèves du secondaire, par exemple. Créer des filières spécialisées dans les universités congolaises en **science des données, cybersécurité, droit du numérique**. Encourager les travaux de recherche appliquée sur des problématiques locales (ex : comment concilier analyse de données de santé et respect de la vie privée dans la lutte contre Ebola). On pourrait imaginer des **bourses d'étude** envoyant de jeunes Congolais se former dans des masters à l'étranger sur ces sujets, à condition qu'ils reviennent ensuite contribuer au pays. Par ailleurs, lancer des campagnes grand public (spots TV, réseaux sociaux en langues locales) sur *« vos données, votre richesse »* pour améliorer la compréhension des enjeux par Monsieur Tout-le-Monde. Un peuple averti sera plus exigeant vis-à-vis des entreprises et de l'État,

et adoptera de lui-même de meilleures pratiques (choisir des services plus respectueux, paramétrer ses comptes de façon plus protectrice, etc.).

6. Stimuler l'écosystème tech local – On l'a évoqué, développer des **alternatives locales** permet de garder de la valeur. L'État, en collaboration avec le secteur privé, devrait mettre en œuvre des mesures de soutien : (a) Incitations fiscales (exonération d'impôt sur les bénéfices pendant 5 ans) pour les startups proposant des services numériques locaux, en particulier celles traitant de la donnée (fintech, healthtech, govtech…). (b) Commande publique exemplaire : que les administrations privilégient les solutions locales ou open source chaque fois que possible (par ex., déployer une suite bureautique open source au lieu d'outils propriétaires qui envoient des télémétries à l'étranger). (c) Création de **défis et concours** (hackathons) autour de la valorisation des données locales – par exemple un concours annuel « Datathon RDC » où des équipes doivent, à partir d'un jeu de données anonymisées congolaises, proposer un service innovant (gestion du trafic à Kinshasa, analyse des prix des denrées, etc.). Les lauréats pourraient recevoir un financement et un accompagnement pour concrétiser l'idée, contribuant ainsi à la création de startups de la donnée. (d) Facilitation de l'**investissement étranger** dans le numérique congolais sous conditions : attirer des acteurs (nacelles de Google Loon, centres de R&D d'Orange, etc.) mais en négociant des transferts de compétences et la localisation partielle des opérations. Un écosystème local florissant – demain peut-être un « Facebook congolais » ou au moins des plateformes locales très utilisées – permettrait de **retenir les utilisateurs** dans des environnements sous juridiction congolaise, et donc d'en capter les bénéfices économiques et sociaux.

7. Coopération régionale et internationale – La souveraineté numérique ne se construit pas en vase clos. La RDC devrait jouer un rôle actif dans les instances régionales et mondiales : soutenir l'**élaboration d'un cadre africain commun** de protection des données (relancer la Convention de Malabo en encourageant d'autres ratifications, ou adopter des directives au niveau de la SADC/COMESA pour harmoniser les lois). Cette harmonisation faciliterait la tâche des entreprises comme des régulateurs et donnerait plus de poids face aux géants (une négociation UA-GAFA est plus équilibrée que chaque pays isolé). Participer aux discussions sur la **fiscalité internationale** du numérique (OCDE, Nations Unies) pour s'assurer que les intérêts des pays en développement sont pris en compte dans le futur régime de taxation des multinationales numériques. Travailler avec les pays qui disposent d'autorités de protection des données matures (France, Canada, Maroc…) pour bénéficier de **retours d'expérience et d'assistance technique** – par exemple en co-organisant des ateliers en RDC avec des experts étrangers, ou en adhérant à des réseaux comme le GPEN (Global Privacy Enforcement Network) pour mener des actions conjointes. Enfin, user du poids diplomatique : la RDC pourrait inscrire la question de l'équité numérique à l'agenda de l'Union Africaine ou de la francophonie économique, cherchant à obtenir des engagements des grandes entreprises (du type : investissements dans les infrastructures locales, partenariats académiques, etc., en échange d'un accès au marché).

En résumé, ces recommandations forment une **feuille de route** vers une plus grande autonomie numérique. Il ne s'agit pas de fermer le pays à la mondialisation digitale, mais de *négocier de meilleures conditions* pour que la présence des plateformes en RDC soit mutuellement bénéfique. Si la RDC parvient à mettre en place un environnement réglementaire crédible, des infrastructures solides et un vivier de talents, elle sera en mesure d'**attirer une partie de l'économie numérique chez elle** plutôt que de la subir à distance.


100 F
CENT FRANCS
BANQUE CENTRALE
DU CONGO
100
ME 4703109 K
100
ME 4703109 K
Le Gouverneur
30.06.2013
100 F


100 F
BANQUE CENTRALE DU CONGO
100 F
ONE HUNDRED
MIA MOJA
100 F

Conclusion

L'**économie invisible des données** en République Démocratique du Congo est à la fois une réalité subie et un potentiel à exploiter. Notre analyse a montré comment, au cours des deux dernières décennies, les Congolais sont entrés massivement dans l'ère du numérique, produisant un flot continu de données monétisées principalement hors de nos frontières. Cette richesse intangible, pour l'heure, **échappe en grande partie au pays** – reflétant un schéma d'extraction à sens unique comparé par certains à un nouveau colonialisme numérique AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK. Les plateformes internationales collectent, analysent et profitent des données congolaises, tandis que la RDC n'en retire que des bénéfices indirects limités et voit sa souveraineté numérique mise en cause.

Cependant, loin de céder au fatalisme, ce rapport souligne qu'il est possible de **renverser la vapeur**. La RDC dispose aujourd'hui des bases légales (Code du numérique) et de certains atouts (jeunesse connectée, position stratégique en Afrique) pour *négocier un nouvel équilibre*. Les scénarios prospectifs montrent qu'en l'absence d'action, le pays restera un simple fournisseur de données brutes, manquant une occasion historique de diversifier son économie et de protéger ses citoyens à l'ère digitale. En revanche, avec une **volonté politique forte** et les réformes adéquates, la RDC peut progressivement construire sa **souveraineté numérique** : cela signifie maîtriser les règles du jeu (via une autorité de protection efficace), ancrer sur son sol plus de valeur ajoutée (via infrastructures et entreprises locales), et garantir que les droits fondamentaux des Congolais soient respectés en ligne comme hors ligne.

Les recommandations formulées – du déploiement d'infrastructures au renforcement des capacités humaines, en passant par la coopération régionale – tracent une voie pragmatique vers cet objectif. Il s'agit d'un chantier de longue haleine, qui demandera coordination et persévérance. Mais l'enjeu en vaut la peine. Comme le souligne un expert africain, *« qui possède les données possède l'avenir »* AFRICANLEADERSHIPMAGAZINE.CO.UK. À l'instar de ses richesses minières, la RDC doit veiller à ce que ses richesses numériques profitent aussi à son développement et à celui de sa population.

En définitive, **la souveraineté numérique de la RDC n'est pas un refus du monde, mais une condition pour y participer d'égal à égal**. En reprenant le contrôle de ses données, le pays pourrait non seulement mieux protéger sa sécurité et sa vie privée, mais aussi stimuler l'innovation locale et créer de nouvelles sources de prospérité. À l'heure où l'économie mondiale se numérise à grande vitesse, la RDC ne peut se permettre de rester à la traîne ou dans une position purement subalterne. Au contraire, elle a l'opportunité de *prendre sa place* dans la nouvelle économie des données, en s'assurant que l'essor du numérique se traduise par du progrès social et économique pour ses citoyens.

Le chemin vers cet avenir passe par la mise en œuvre résolue des actions préconisées. Les décideurs congolais, avec l'appui des acteurs privés et de la société civile, ont entre leurs mains les leviers pour transformer l'« économie invisible » en un **levier visible de développement**. Il appartient désormais à la RDC de forger son destin numérique et de faire en sorte que, demain, les données produites sur son sol deviennent une **richesse partagée localement**, et non plus une ressource secrètement exploitée par d'autres. L'histoire économique du XXI^e siècle sera aussi celle de la maîtrise des données : la RDC doit s'assurer d'y écrire son propre chapitre, fière et souveraine dans l'espace numérique global.

Sources : Rapport établi à partir de données publiques (GSMA, UIT, Banque mondiale, etc.), articles de presse et académiques, entretiens avec des experts congolais et documents officiels (Code du numérique 2023, Convention UA 2014). Des références précises sont fournies sous forme de **citations numérotées** tout au long du texte pour appuyer les affirmations et chiffres avancés. Les illustrations et tableaux sont également sourcés pour garantir la transparence de l'information.

Économie invisible des données en RDC

Quelle valeur les plateformes numériques extraient-elles réellement des utilisateurs congolais ?



cyberastre

E-mail : **info@cyberatre.com**
Tél : **+243 81 46 22 758**
Kinshasa, RDC

©Avril 2025