Aperçu général

Commerce numérique: Accélérer la transformation en Amérique latine et dans les Caraïbes

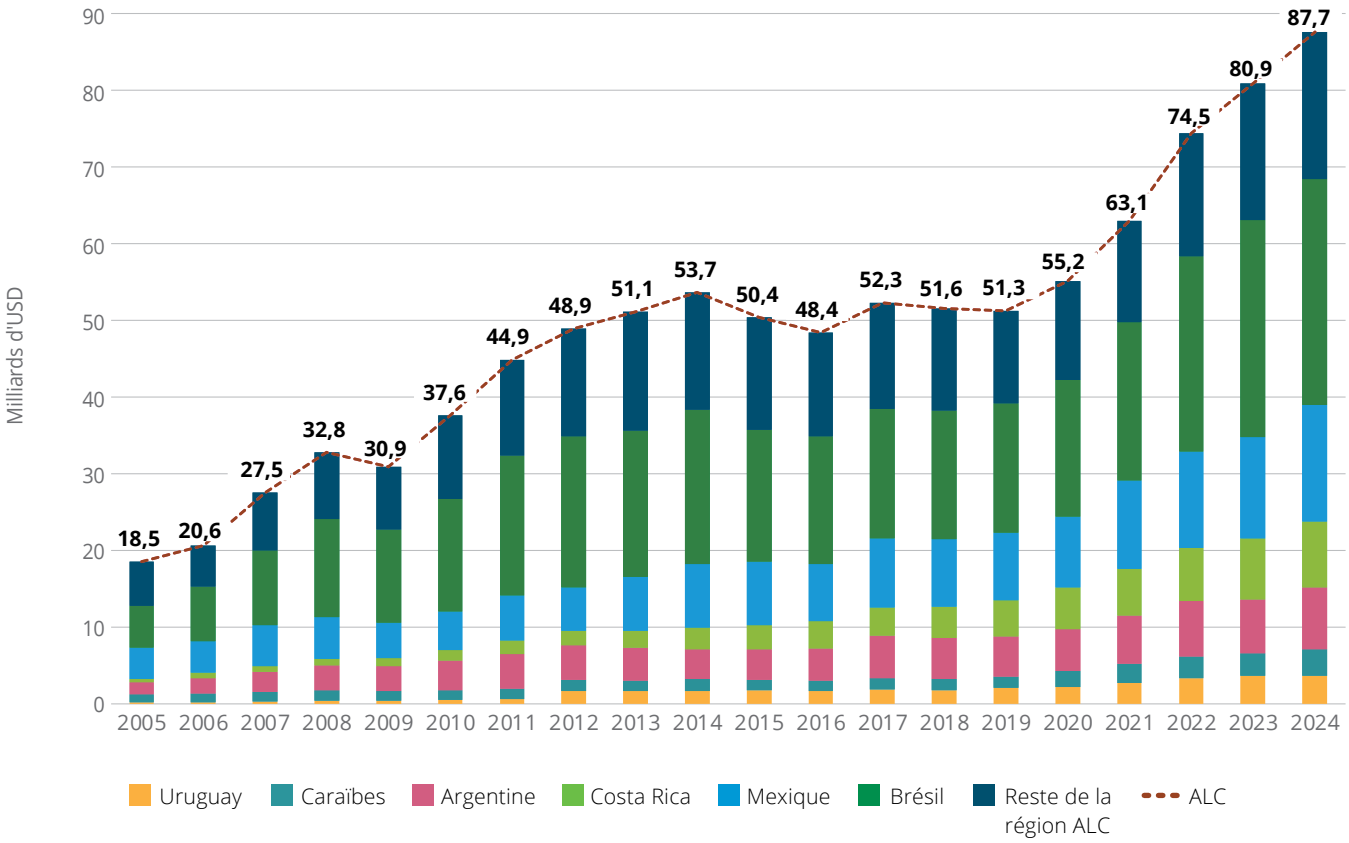
La numérisation remodèle rapidement les échanges transfrontières de marchandises et de services – qu'il s'agisse du contenu ou du fonctionnement –, et fait du commerce numérique un moteur essentiel du commerce international. Le "commerce numérique" désigne l'ensemble des échanges internationaux qui font l'objet de commandes et/ou de livraisons par voie numérique.[1] Les échanges "commandés par voie numérique" sont les achats transfrontières de marchandises et de services effectués par le biais de réseaux informatiques spécifiquement conçus: par exemple, l'achat d'un T-shirt sur le site Web d'un fabricant étranger ou la réservation d'un restaurant à l'étranger sur une plate-forme numérique. Les échanges "livrés par voie numérique", quant à eux, portent exclusivement sur des services fournis à distance via des réseaux informatiques: notamment le soutien informatique, les services bancaires et l'enseignement en ligne.[2]

Toute évaluation des courants d'échanges numériques doit composer avec la disponibilité limitée de données comparables au niveau international. Compte tenu de ces contraintes, la majeure partie de l'analyse dans le présent rapport se concentre sur le commerce des services fournis par voie numérique, car c'est le segment le mieux documenté. En valeur, les exportations mondiales de ces services ont presque quadruplé depuis 2005, atteignant 4 780 milliards d'USD en 2024 (14,8% des exportations mondiales), avec un rythme de croissance largement supérieur à celui des exportations de marchandises (4,5%) et d'autres services (4,9%). Cette expansion rapide souligne les possibilités offertes par le commerce numérique pour les pays qui cherchent de nouveaux moteurs de croissance.

1 Cette définition statistique est tirée du *Manuel sur la mesure du commerce numérique*, 2ème édition (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023).

2 Les Membres de l'OMC ont des points de vue différents quant à la question de savoir si tous les échanges livrés par voie numérique relèvent du commerce des services.

FIGURE O.1. Exportations de services fournis par voie numérique, Amérique latine et Caraïbes, 2005–2024 (milliards d'USD)



Source: OMC (2024a).

Au cours des 20 dernières années, la région de l'Amérique latine et des Caraïbes a connu une augmentation remarquable des exportations de services fournis par voie numérique: entre 2005 et 2024, ces exportations ont presque quintuplé, passant de 18,5 milliards d'USD à 87,7 milliards d'USD. Cette croissance a dépassé celle des exportations d'autres services et des exportations de marchandises de la région, démontrant le dynamisme et la résilience du commerce numérique même face à des chocs mondiaux tels que la pandémie de COVID-19. De fait, après une certaine stagnation à la fin des années 2010, les services fournis par voie numérique ont connu une croissance particulièrement forte depuis la pandémie. En 2024, ils représentaient environ un tiers de l'ensemble des exportations de services commerciaux de la région, contre un cinquième en 2005. Des pays comme le Brésil, le Mexique, le Costa Rica et l'Argentine se sont imposés comme chefs de file, le Brésil ayant exporté à lui seul en 2024 des services fournis par voie numérique d'une valeur de 29,4 milliards d'USD (figure O.1).

L'investissement étranger direct (IED) a joué un rôle important dans l'expansion du commerce des services numériques en Amérique latine et dans les Caraïbes, en permettant l'accès à de nouvelles technologies et de nouvelles compétences. Les entrées d'IED dans les secteurs dotés d'un modèle

de livraison numérique solide[3] ont fortement augmenté, s'élevant en moyenne à 3,41 milliards d'USD en 2010–2014, à 3,79 milliards d'USD en 2015–2020, et atteignant 10,853 milliards d'USD en 2021–2024. Le traitement des données et les services connexes représentaient 67,2% de ces entrées, et des pays comme la Jamaïque, le Costa Rica et la Barbade en ont bénéficié considérablement. Ces investissements ont aidé les pays d'Amérique latine et des Caraïbes à accroître leur participation au commerce des services fournis par voie numérique.

Malgré ces progrès impressionnants, la part de la région dans le commerce numérique mondial reste modeste, et inférieure à sa part dans d'autres secteurs. Ainsi, en 2024, les exportations de services fournis par voie numérique de l'Amérique latine et des Caraïbes ne représentaient que 2% du total mondial, contre 2,9% du commerce mondial des services et 6,4% du commerce total des marchandises. Cette part était aussi inférieure à celle des autres régions, puisque l'Europe, l'Asie et l'Amérique du Nord représentaient respectivement 53%, 23% et 18% du total.

De plus, si les exportations de services fournis par voie numérique constituent une part importante du PIB dans certains pays – comme le Costa Rica (9%), la Dominique (8%), le Belize (6%), la Grenade (6%) et Antigua-et-Barbuda (6%) –, elles se situent encore à 1% ou moins du PIB dans la plupart des économies de la région.

Ces tendances et structures indiquent qu'il existe une marge considérable d'amélioration et d'expansion pour cette composante dynamique du commerce dans la région.

Commerce numérique: Des possibilités ouvertes à tous

L'expansion du commerce numérique a apporté des avantages tangibles à la région. En permettant aux entreprises de se bâtir une clientèle au-delà de leurs frontières, les outils numériques ont ouvert de nouveaux marchés et fait croître le volume du commerce des marchandises et des services. Les consommateurs ont désormais accès à un plus large éventail de produits, souvent à des prix plus compétitifs. Pour de nombreuses entreprises, en particulier les microentreprises et celles dirigées par des femmes (SFI, 2021; Nextrade, 2022), le commerce numérique a ouvert une voie vers les marchés internationaux auparavant hors de portée (Lendle *et al.*, 2016; Alaveras et Martens, 2015; Fernandes *et al.*, 2019; Carballo *et al.*, 2022).

3 Ces secteurs ont été sélectionnés par un groupe d'experts de la Banque mondiale et sont, par ordre décroissant dans la région: traitement des données, hébergement des données et services connexes; services de programmation informatique personnalisés; éditeurs de logiciels, à l'exception des jeux vidéo; services d'aide aux entreprises; services professionnels, scientifiques et techniques; industries cinématographiques et d'enregistrement sonore; autres télécommunications; autres (logiciels et services informatiques); édition et diffusion sur Internet et recherche Web; jeux vidéo, applications et contenu numérique; services de conception de systèmes informatiques; autres services d'assistance; services d'architecture, d'ingénierie et services connexes; services de comptabilité, d'établissement de déclarations d'impôt, de tenue de livres et de paie; tous les autres services d'information; autres services liés à l'informatique; et services de conception spécialisés.

L'impact économique de cette transformation est considérable. Comme les formes de commerce traditionnelles, le commerce numérique favorise la croissance en améliorant la répartition des ressources, en générant des économies d'échelle et en stimulant la diffusion des technologies et l'innovation (FMI, OCDE, CNUCED, Banque mondiale et OMC, Zhao *et al.*, 2025). Il crée aussi de nouveaux domaines d'avantage comparatif: réduisant l'importance des infrastructures de transport, il accroît celle des infrastructures numériques et favorise la diversification, ce qui renforce la résilience face aux chocs économiques (Banque mondiale et OMC, 2023). En outre, l'importation de nombreux services fournis par voie numérique – tels que les services commerciaux, les télécommunications et les services financiers – a aidé des entreprises locales à renforcer leur compétitivité et à améliorer la qualité de leurs propres exportations.

Les nouvelles avancées telles que l'intelligence artificielle (IA) peuvent jouer un rôle clé dans la poursuite de l'expansion du commerce numérique et de ses avantages en Amérique latine et dans les Caraïbes. L'IA peut réduire les coûts du commerce en général et ceux associés au transport et à la logistique, aux formalités administratives à la frontière et aux frictions informationnelles en particulier, favorisant ainsi un accroissement du commerce des marchandises commandées par voie numérique. Par exemple, les grands modèles de langage (GML) et l'apprentissage machine peuvent contribuer à optimiser les processus des douanes et d'autres organismes présents aux frontières grâce à une classification automatique précise des petits envois et à des systèmes de gestion des risques plus efficaces (Marra de Artiñano *et al.*, 2025). L'IA peut également stimuler la croissance des services fournis par voie numérique en rendant les services axés sur l'information plus faciles à échanger à travers les frontières, et augmenter la demande de services de soutien tels que l'informatique en nuage et le traitement des données, qui sont souvent fournis à distance (OMC, 2024c). Toutefois, la pleine concrétisation des avantages de ces technologies dépend de la capacité des pays à traiter les données et à développer les compétences techniques (OCDE, 2024; OMC, 2025).

Alors que le commerce numérique continue de se développer, les décideurs politiques devront mettre en œuvre des interventions ciblées et complémentaires qui non seulement permettent à leurs économies de saisir les possibilités offertes par le commerce numérique, mais qui abordent aussi les coûts d'ajustement, promeuvent des résultats inclusifs et fassent en sorte que les avantages du commerce numérique soient maximisés et largement partagés.

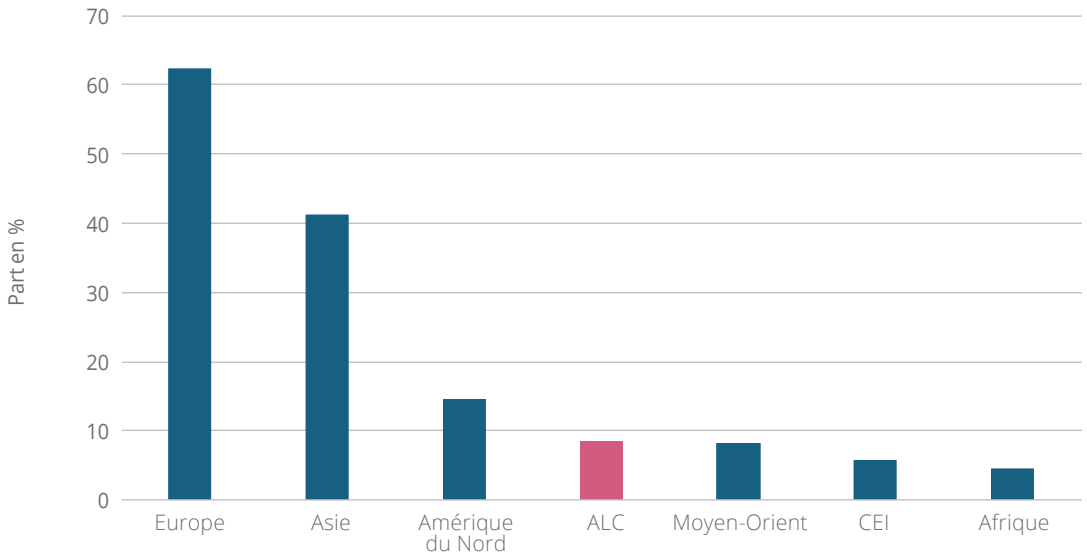
Commerce numérique extrarégional ou intrarégional: Des possibilités inexploitées en matière d'intégration régionale

Les États-Unis sont le principal partenaire commercial de l'Amérique latine et des Caraïbes dans le domaine des services pouvant être fournis par voie numérique[4], en tant que première destination de leurs exportations (34,4%) et principale origine de leurs importations (42,2%).

4 Les services pouvant être fournis par voie numérique diffèrent des services fournis par voie numérique: les premiers peuvent être fournis à distance via des réseaux informatiques, tandis que les seconds sont effectivement fournis de cette manière. Il est estimé que la valeur totale des premiers sera supérieure (ou égale) à la valeur totale des seconds.

Le commerce numérique au sein de la région elle-même reste relativement limité. En 2023, le commerce intrarégional de services pouvant être fournis par voie numérique représentait 7,8 milliards d'USD, soit seulement 8,4% des exportations totales et 5% des importations totales de la région pour ces services. De même, la part des exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique était nettement inférieure à celle du commerce intrarégional de marchandises, qui s'élevait à 15%. Par rapport à d'autres régions, les exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique de l'Amérique latine et des Caraïbes représentaient une part nettement inférieure à celles de l'Europe (62,4%), de l'Asie (41,3%) et de l'Amérique du Nord (14,7%), une part comparable à celle du Moyen-Orient (8,2%), et une part supérieure seulement à celles de la Communauté d'États indépendants (CEI) (5,7%) et de l'Afrique (4,5%) (figure O.2).

FIGURE O.2. Parts des exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique dans les exportations totales de ces services, 2023

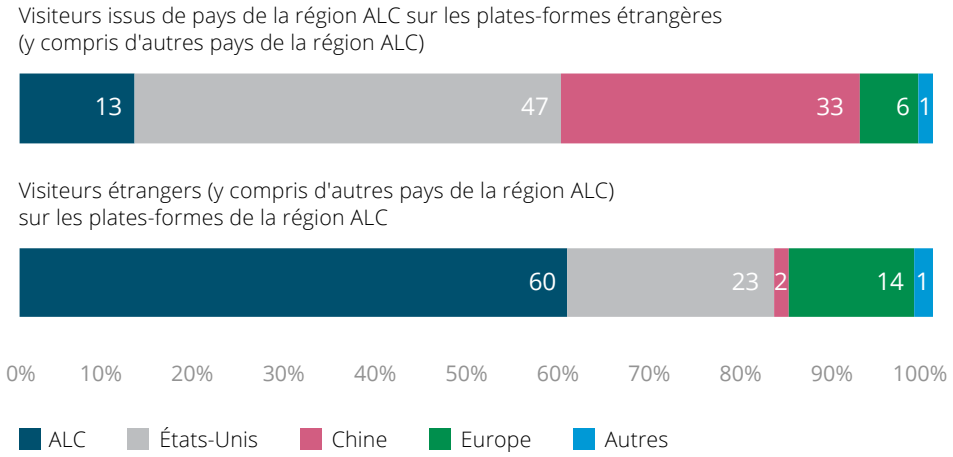


Source: OMC et OCDE (2024).

La structure du commerce numérique intrarégional varie selon les blocs sous-régionaux. Les économies du MERCOSUR, par exemple, représentaient en 2023 près de la moitié du commerce intrarégional de services pouvant être fournis par voie numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes, plus de la moitié de ces échanges se produisant au sein même du bloc. L'Alliance du Pacifique et le Marché commun centraméricain jouaient également un rôle important, contribuant respectivement pour 21% et 16% au commerce intrarégional de ces services. À l'intérieur des blocs, les échanges effectués entre membres représentaient 31% du commerce intrarégional pour l'Alliance du Pacifique et 24% pour le Marché commun centraméricain. Pour la Communauté des Caraïbes, ce pourcentage atteignait même 38%.

Lorsqu'on examine les marchandises commandées par voie numérique, une tendance se dessine clairement.[5] En 2023, en moyenne 60% du trafic Internet entrant à destination des plates-formes de commerce électronique de l'Amérique latine et des Caraïbes provenait de la région, ce qui souligne l'importance des marchés régionaux pour les détaillants en ligne.[6] Les États-Unis étaient la deuxième source la plus importante (23% du total), suivis de loin par l'Europe (14%) et la Chine (2%). L'analyse du trafic sortant permet de compléter ce tableau du point de vue des importations. Il existe bien des flux intrarégionaux, mais les visites de consommateurs d'Amérique latine et des Caraïbes sur des plates-formes d'autres pays de la région représentent seulement quelque 13% du total du trafic sortant, soit une part relativement faible par rapport aux visites sur des plates-formes étrangères à la région. La majorité de ces dernières concernent les États-Unis (47%) et la Chine (33%), ce qui reflète l'importance des marchés et des plates-formes de ces économies pour les acheteurs en ligne d'Amérique latine et des Caraïbes. Globalement, ces résultats indiquent qu'il y a un potentiel inexploité considérable pour le commerce numérique au sein de la région (figure O.3).

FIGURE O.3. Principales sources et destinations du trafic Internet entrant et sortant sur les plates-formes de commerce électronique, Amérique latine et Caraïbes (ALC), 2023 (%)



Source: CEPALC (2022) et Centre du commerce international (https://www.cepal.org/en/notes/latin-america-and-caribbean-marketplace-explorerlacme).

Pour libérer le potentiel du commerce numérique dans la région et au-delà, et en faire un moteur de croissance inclusive, il faudra des politiques commerciales propices, une meilleure et plus grande harmonisation des réglementations, un investissement continu dans l'infrastructure numérique, ainsi qu'un soutien ciblé aux entreprises qui souhaitent développer leurs activités de commerce numérique pour surmonter les obstacles liés aux défaillances du marché.

5 Les données complètes sur le commerce de marchandises commandées par voie numérique sont limitées. Une variable indicatrice utilisée dans ce rapport est le trafic Internet à destination des plates-formes de commerce électronique.

6 Cette moyenne est déterminée en grande partie par des économies situées en dehors des Caraïbes, où cette tendance est moins marquée.

Exploiter le potentiel du commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes

Une série de facteurs jouent un rôle crucial dans la capacité des pays à participer au commerce numérique. Il s'agit notamment de la conception et de l'adoption de réglementations et disciplines commerciales pertinentes, de la qualité de l'infrastructure numérique et de la connectivité, ainsi que de la possibilité d'effectuer des paiements numériques transfrontières. Parmi les autres facteurs déterminants figurent des politiques efficaces de facilitation des échanges, qui simplifient et numérisent les procédures commerciales, et de promotion des exportations, qui répondent aux frictions informationnelles. Les capacités des entreprises, les compétences numériques et l'accès au financement sont également importants. Les données empiriques concernant certains domaines donnent à penser que des améliorations ciblées – telles que l'adoption de réglementations plus ouvertes et plus favorables en matière de commerce numérique, l'expansion de l'infrastructure numérique (par exemple serveurs de données et large bande) et l'augmentation de la part de la main-d'œuvre ayant suivi un enseignement post-secondaire – peuvent effectivement contribuer de façon considérable aux exportations de services fournis par voie numérique dans des secteurs clés (Rocha *et al.*, à paraître).

Pour tirer pleinement parti des possibilités de croissance inclusive dans l'économie numérique, les pays d'Amérique latine et des Caraïbes vont devoir combler les lacunes persistantes pour ces catalyseurs essentiels. Cela nécessite des efforts coordonnés à la fois au sein des pays et entre eux.

Le présent rapport examine les possibilités et les difficultés liées au commerce numérique, décrit le paysage du commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes, et fait le point sur les principaux moteurs et contraintes qui influencent la capacité de la région à exploiter les avantages de ces échanges. Partant de cette analyse, il expose ensuite un ensemble de recommandations et de mesures qui pourraient aider les pays d'Amérique latine et des Caraïbes à participer plus pleinement au commerce numérique.[7] La combinaison et l'enchaînement de ces mesures dépendront pour chaque pays de l'état actuel du développement du commerce numérique et des difficultés spécifiques rencontrées.

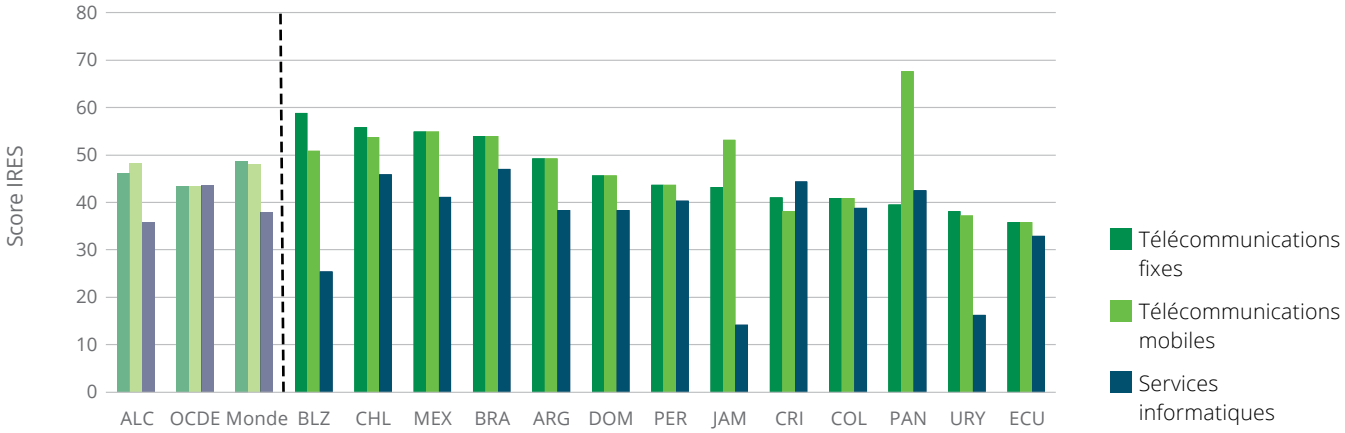
Favoriser l'ouverture des marchés et la concurrence pour les produits et services de base

L'infrastructure de base du commerce numérique comprend un large éventail de services – notamment les services de télécommunication et les services informatiques –, ainsi que les produits des TIC, comme les ordinateurs et les téléphones portables.

7 Il s'agit de recommandations de la BID et de la Banque mondiale. Le Secrétariat de l'OMC n'offre pas de conseils ou de recommandations en matière de politique commerciale.

Globalement, les 13 pays d'Amérique latine et des Caraïbes pour lesquels des renseignements analytiques sont disponibles ont des régimes commerciaux légèrement plus ouverts que la moyenne mondiale pour les services de télécommunication et, en particulier, les services informatiques. Dans d'autres secteurs de services favorisant le commerce numérique, leurs régimes commerciaux sont au même niveau que la moyenne mondiale, sauf pour les services de distribution, où ils sont comparativement moins ouverts. Il existe cependant une hétérogénéité entre les pays. Dans les secteurs des services liés aux TIC par exemple, l'Uruguay et l'Équateur comptent parmi les plus ouverts, tandis que d'autres pays maintiennent encore des obstacles, tels que les prescriptions relatives à la nationalité, ou ont des lacunes réglementaires (concernant les règles sur les taux de revente, la portabilité des numéros ou les lois sur la concurrence) qui empêchent une concurrence effective dans ces secteurs (figure O.4).

FIGURE O.4. Indice de restrictivité des échanges de services – téléphonie fixe, téléphonie mobile et services informatiques – pour l'Amérique latine et les Caraïbes (ALC)



Note: L'indice mondial de restrictivité des échanges de services est la moyenne pour 134 économies dans la base de données Banque mondiale-OMC en février 2025.

Source: Calculs des auteurs sur la base de l'indice de restrictivité des échanges de services Banque mondiale-OMC. Voir https://itip-services-worldbank.wto.org/default.aspx.

Pour la plupart, les conditions commerciales en Amérique latine et dans les Caraïbes pour les services de base du commerce numérique ne sont pas garanties. À l'OMC, la région a consolidé son régime commercial dans relativement peu de secteurs pertinents, à l'exception des services de télécommunication, et elle l'a fait à un niveau de libéralisation relativement faible. En outre, seulement la moitié des pays d'Amérique latine et des Caraïbes ont souscrit aux disciplines favorables à la concurrence figurant dans le Document de référence sur les télécommunications de base. De même, très peu ont respecté les disciplines relatives à la réglementation intérieure dans le domaine des services qui visent à améliorer les procédures autorisant les fournisseurs, y compris ceux qui participent au commerce numérique, à exercer des activités.

Toutefois, la plupart des économies d'Amérique latine et des Caraïbes se sont engagées à adopter les disciplines de l'Accord plurilatéral sur la facilitation de l'investissement pour le développement, négocié à l'OMC, qui vise à améliorer les procédures d'investissement et à faciliter les opérations des investisseurs dans tous les secteurs économiques, y compris ceux qui sont essentiels au commerce numérique.

L'élimination des droits de douane sur les produits des TIC peut réduire leur coût, en plus de promouvoir une plus grande accessibilité des technologies et de favoriser leur adoption dans le monde entier. Or seuls neuf pays d'Amérique latine et des Caraïbes ont éliminé les droits de douane dans le cadre de l'Accord de l'OMC sur les technologies de l'information (ATI) et les ont garantis à un taux nul (Colombie, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama, Pérou et République dominicaine). Dans le reste de la région, les droits de douane appliqués vont de 1% au Mexique à plus de 10% au Brésil par exemple, la plupart des pays se situant dans une fourchette de 4% à 8%. Bien que la plupart d'entre eux aient consolidé leurs droits sur les produits des TIC dans le cadre de l'OMC, beaucoup les ont fixés à plus de 30%.

Mesures proposées

- Promouvoir la concurrence et l'investissement dans les secteurs de services favorisant le commerce numérique, y compris en s'appuyant sur la prévisibilité offerte par l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) et ses disciplines relatives à la réglementation intérieure (voir aussi les mesures proposées plus loin concernant l'infrastructure numérique et la connectivité).

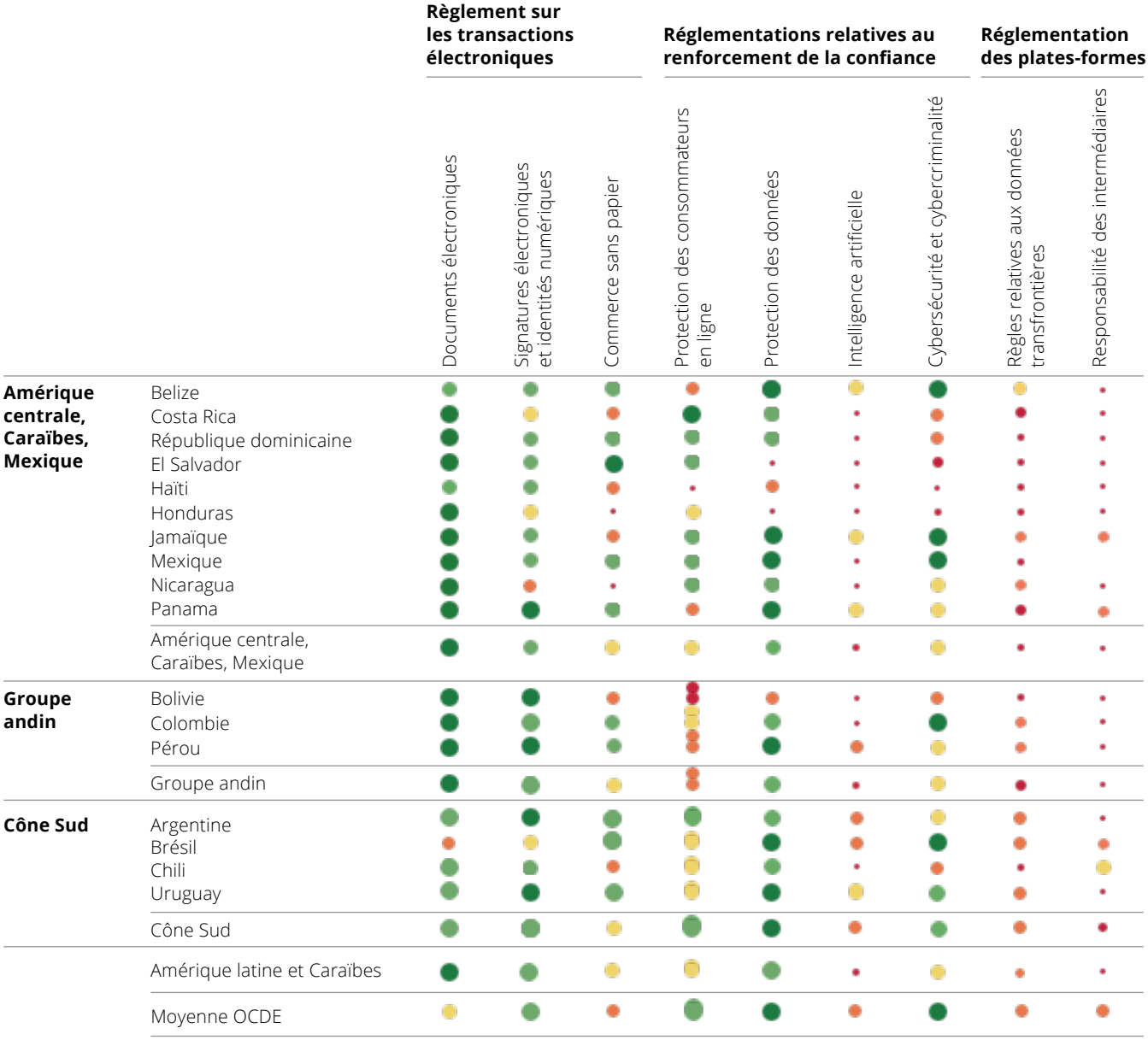
- Envisager d'adopter les disciplines de l'Accord plurilatéral sur la facilitation de l'investissement pour le développement, négocié à l'OMC, comme de nombreux pays d'Amérique latine et des Caraïbes se sont déjà engagés à le faire.

- Réduire ou éliminer les droits de douane sur les produits des TIC, y compris en accédant à l'ATI, comme l'ont fait plusieurs Membres d'Amérique latine et des Caraïbes.

Renforcer les fondements juridiques et réglementaires du commerce numérique

Le commerce numérique nécessite des réglementations modernes et équilibrées, alignées sur les meilleures pratiques et les normes internationales, qui ne soient pas indûment restrictives et permettent ainsi les transactions transfrontières tout en préservant la sécurité et la confiance des consommateurs. Les cadres réglementaires efficaces soutiennent les marchés et le commerce numériques en facilitant les ventes en ligne internationales, en établissant des règles claires pour les opérations numériques (comme les signatures électroniques et les transferts transfrontières de données) et en protégeant les données et la vie privée. À l'inverse, des politiques trop restrictives, telles que des obligations injustifiées de localisation des données, peuvent augmenter les coûts et entraver la compétitivité.

FIGURE O.5. État de préparation de la réglementation du commerce numérique dans la région ALC



Source: Banque mondiale (2025a).

Note: The color and size of bubbles represent regulatory readiness in each country or grouping by category, based on the share (in quintiles) of positive answers in that category, ranging from 0 to 100%. Data as of March 2024.

La moyenne de l'OCDE couvre l'Australie, la Corée, l'Estonie, les États-Unis, la France, Israël, le Japon, la Lettonie, la Lituanie, la Norvège, la Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni, la Slovénie, la Suisse, la Tchéquie et la Türkiye.

Le commerce sans papier est abordé dans la section sur la facilitation des échanges.

Les pays d'Amérique latine et des Caraïbes sont généralement au même niveau que les économies à revenu élevé et intermédiaire de la tranche supérieure en ce qui concerne certains aspects de la préparation réglementaire en matière de commerce numérique, puisque des règles sur les documents électroniques, les signatures électroniques et la protection des données ont été largement adoptées. En revanche, seule une minorité de pays dispose de cadres complets pour la cybersécurité, et les réglementations clarifiant la responsabilité juridique des plates-formes pour les contenus ou produits proposés par leurs utilisateurs (responsabilité des intermédiaires) restent rares dans la région. En ce qui concerne les flux de données transfrontières, la plupart des pays d'Amérique latine et des Caraïbes, en particulier les pays andins et du Cône sud, ont adopté des cadres fondés sur l'adéquation.[8] En outre, l'ensemble de la région semble adopter l'ouverture du commerce numérique, avec seulement quelques prescriptions limitées en matière de localisation des données (figure O.5).

Ces questions font l'objet d'une coopération internationale accrue. Beaucoup ont été au centre des délibérations des Membres de l'OMC dans le cadre du Programme de travail sur le commerce électronique, et elles sont également traitées dans l'Accord sur le commerce électronique, qu'un groupe de Membres a négocié et cherche à incorporer dans les règles de l'OMC. Cependant, la volonté des pays d'adopter les disciplines de l'Accord sur le commerce électronique demeure limitée pour le moment en Amérique latine et dans les Caraïbes.

Mesures proposées

- Adopter un cadre équilibré pour les transferts transfrontières de données, qui réduise au minimum les coûts pour les entreprises lorsqu'elles déplacent des données à l'échelle internationale, tout en assurant des garanties adéquates telles que la protection des données personnelles et d'autres données sensibles.
- Élaborer et appliquer des lois robustes en matière de cybersécurité et de protection des données, qui soient alignées sur les normes internationales.
- Promouvoir l'alignement ou l'interopérabilité des réglementations numériques, y compris pour la confidentialité des données et la gouvernance de l'IA, par le biais de la coopération internationale et des accords commerciaux.
- Examiner la possibilité d'adopter les disciplines figurant dans le texte stabilisé de l'Accord plurilatéral sur le commerce électronique négocié à l'OMC.
- Adopter des lignes directrices claires pour la responsabilité des plates-formes, suivant les meilleures pratiques.

8 Les cadres fondés sur l'adéquation permettent de transférer des données vers des pays qui prévoient des protections des données personnelles substantiellement équivalentes à celles du pays d'origine.

Renforcer l'infrastructure numérique et la connectivité pour améliorer l'accès à Internet, l'abordabilité et la participation au commerce numérique

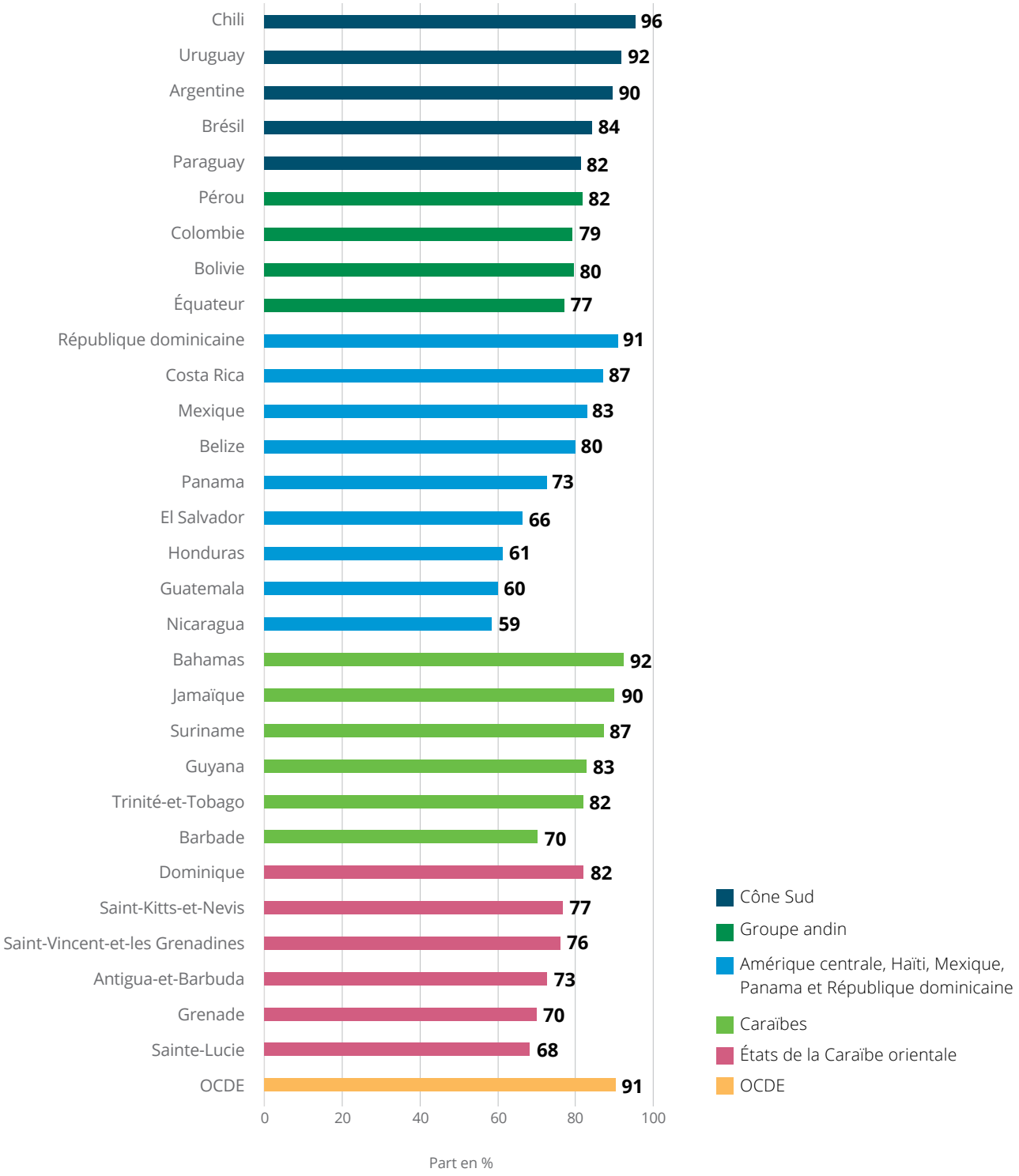
L'Internet et les connexions à large bande de niveau mondial sont des catalyseurs essentiels du commerce numérique. Les économies d'Amérique latine et des Caraïbes ont beaucoup progressé dans l'adoption et l'amélioration de la connectivité Internet au cours des 20 dernières années. Cependant, elles restent confrontées à des difficultés qui impactent le développement et le fonctionnement de ces infrastructures, ainsi que leur capacité à soutenir l'économie numérique et le commerce en pleine croissance de la région. Il s'agit notamment de la disponibilité de la fibre optique à haut débit, des complexités réglementaires et des préoccupations liées à l'énergie. Les économies d'Amérique latine et des Caraïbes ont souvent fait des déclarations concernant ces facteurs dans le cadre des délibérations relatives au Programme de travail de l'OMC sur le commerce électronique.

L'utilisation d'Internet en Amérique latine et dans les Caraïbes reste inégale: seuls le Chili et les Bahamas ont un taux d'utilisation supérieur à 90% de la population, tandis que la plupart des pays d'Amérique centrale, des Andes et des Caraïbes sont en dessous de 80% (figure O.6). Pour ce qui est de l'accès aux services mobiles, la couverture 4G est largement répandue dans la région. Cependant, la 5G n'en est qu'à ses débuts: seule la République dominicaine dépasse actuellement 70% de couverture. Pour suivre le rythme des économies plus avancées sur le plan numérique, la région doit accélérer le déploiement des réseaux 5G.

L'abordabilité reste un autre enjeu majeur dans certaines économies d'Amérique latine et des Caraïbes. La large bande fixe est extrêmement chère dans des pays comme Haïti, où elle atteint 38% du revenu national brut (RNB) par habitant; elle reste aussi très coûteuse en Argentine (14%) et au Honduras (11%); en revanche, elle est beaucoup plus abordable dans des pays comme le Mexique et le Guyana (moins de 2%).

Les centres de données sont des installations essentielles pour le stockage, le traitement et la transmission des données générées par les activités numériques. Ils hébergent les serveurs et l'infrastructure qui permettent aux entreprises d'assurer les fonctions essentielles du commerce numérique – comme la gestion des stocks, la gestion de données client et le traitement des paiements – dans un environnement en nuage plutôt que sur des serveurs locaux. La présence des centres de données est limitée en dehors du Brésil, du Mexique et du Chili, ce qui pourrait impacter la fiabilité et la sécurité de l'accès aux données, augmenter la période de latence et ralentir l'adoption de l'informatique en nuage et des outils d'IA. En même temps, si l'environnement réglementaire facilite les flux transfrontières de données, les entreprises peuvent accéder à distance à des installations informatiques et de stockage de données. Par conséquent, la nécessité d'avoir des centres de données locaux dépendra de la situation spécifique de chaque pays.

FIGURE O.6. Part de la population utilisant Internet en Amérique latine et dans les Caraïbes, 2023



Source: UIT (2025).

Mesures proposées

- Favoriser la concurrence, l'investissement et les réformes réglementaires sur les marchés des télécommunications, y compris grâce à des outils tels que l'AGCS et son Document de référence sur les télécommunications, pour verrouiller les réformes et éviter de coûteux revirements politiques.
- Étendre la large bande à haut débit et les réseaux mobiles, en donnant la priorité aux régions mal desservies et en tirant parti des partenariats public-privé.
- Améliorer l'infrastructure des centres de données et les réseaux électriques pour soutenir les services numériques avancés.

Moderniser les systèmes de paiement transfrontières

Les paiements numériques sont un élément moteur du commerce numérique, car ils permettent d'effectuer des transactions abordables, rapides, transparentes et accessibles. Un accès généralisé aux paiements numériques est nécessaire pour faciliter les transactions à distance de personne à entreprise (P2B) et interentreprises (B2B), qui soutiennent le commerce numérique. L'inclusion financière s'est améliorée en Amérique latine et dans les Caraïbes, puisque 74% des adultes ont un compte d'opérations, mais seulement 20% effectuent des paiements P2B en ligne. Des systèmes de paiement rapide existent dans plus d'une douzaine de pays de la région, mais les paiements transfrontières restent lents et coûteux.

Les régimes commerciaux pour les services de paiement sont généralement plus ouverts en Amérique latine et dans les Caraïbes par rapport à la moyenne mondiale, mais seulement la moitié environ des économies de la région les ont garantis dans une certaine mesure à l'OMC.

Mesures proposées

- Favoriser des marchés de paiement ouverts et compétitifs, notamment en garantissant les régimes commerciaux au titre de l'AGCS.
- Harmoniser les prescriptions réglementaires applicables aux paiements transfrontières, pour garantir des conditions de concurrence équitables à tous les fournisseurs.
- Accélérer la migration vers la norme ISO 20022 pour les systèmes de paiement et promouvoir l'interopérabilité.

Améliorer la logistique, rationaliser les processus à la frontière et adopter des technologies modernes pour soutenir le commerce numérique des marchandises

L'efficacité de la logistique et des procédures douanières est fondamentale pour le succès du commerce électronique, car elle permet un mouvement rapide, fiable et rentable des marchandises à travers les frontières. Cela est essentiel pour répondre aux attentes des acheteurs et des vendeurs en ligne. Toutefois, en Amérique latine et dans les Caraïbes, la qualité des infrastructures et des services logistiques reste inférieure à celle des pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) dans des domaines essentiels tels que les infrastructures de transport, les modalités d'expédition, la compétitivité des services logistiques et les capacités de suivi (Banque mondiale, 2023).

Les conditions commerciales dans la région pour les secteurs de services qui permettent le commerce de produits numériques, tels que les services de transport ou de courrier, sont légèrement plus ouvertes que la moyenne mondiale, même si elles varient beaucoup d'un pays à l'autre. Cependant, elles sont rarement garanties dans le cadre de l'OMC.

La plupart des gouvernements d'Amérique latine et des Caraïbes se sont efforcés de faciliter les échanges de marchandises par la simplification, l'harmonisation et la numérisation des procédures commerciales, et ont pris des engagements au titre de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges (AFE). En grande majorité, ils ont ratifié l'AFE et visent une mise en œuvre complète d'ici à 2038.[9]

Ces politiques ont eu des effets positifs considérables sur le commerce international des entreprises et de leurs pays (Volpe Martincus, 2016). Cependant, malgré ces progrès, des goulets d'étranglement importants persistent dans le traitement administratif des flux commerciaux par les douanes et autres organismes présent aux frontières, ce qui se traduit par des délais de traitement plus longs que nécessaire, des coûts du commerce plus élevés et, par conséquent, des difficultés pour les entreprises qui tentent de répondre aux exigences de rapidité et de fiabilité du commerce électronique. Les services postaux, essentiels pour le commerce électronique entre entreprises et consommateurs (B2C), affichent également des résultats inégaux en matière de livraison et de traçabilité, ce qui augmente les coûts pour les vendeurs en ligne et les clients.

Ces lacunes nuisent non seulement à la compétitivité des exportateurs d'Amérique latine et des Caraïbes, mais elles augmentent également l'imprévisibilité et compliquent les retours, ce qui fait de la modernisation de la logistique et des douanes une priorité essentielle pour la croissance du commerce électronique dans la région. Cela est d'autant plus vrai que la croissance du commerce électronique transfrontières s'accompagne d'une augmentation exponentielle du nombre de colis internationaux

9 Tous les Membres de l'OMC d'Amérique latine et des Caraïbes, à l'exception d'Haïti et du Suriname, ont ratifié l'AFE, mais les taux de mise en œuvre varient considérablement.

de faible valeur qui doivent être dédouanés, ce qui accroît la pression sur les ressources limitées des douanes et sur leur capacité à gérer correctement les risques liés à ces flux (Estevadeordal *et al.*, 2020).

Mesures proposées

- Investir dans des infrastructures logistiques modernes et des solutions de livraison sur le dernier kilomètre afin de favoriser la concurrence pour les secteurs de services qui permettent le commerce de produits numériques, y compris en recourant à des outils tels que l'AGCS.
- Mettre pleinement en œuvre l'AFE de l'OMC, en rationalisant les procédures des douanes et des organismes présents aux frontières et en mettant en place des guichets uniques.
- Adopter de nouvelles technologies numériques telles que l'IA pour optimiser la gestion des risques et le traitement administratif, et ainsi réduire les contrôles aux frontières inutiles générateurs de retards.
- Faire progresser la coopération régionale en matière de facilitation des échanges, en établissant des plates-formes commerciales numériques partagées et des procédures douanières harmonisées.

Intensifier la promotion des exportations pour soutenir le commerce numérique

La plupart des entreprises d'Amérique latine et des Caraïbes ne se sont pas encore lancées dans l'exportation ou, lorsqu'elles le font, leur participation aux marchés internationaux est faible. L'un des principaux obstacles est le manque de renseignements fiables sur les marchés étrangers – tels que la demande, les réglementations applicables et les prix. Ces lacunes se traduisent par un sous-investissement dans les exportations et des possibilités manquées sur les marchés étrangers.

Les organismes de promotion des exportations, omniprésents dans toute l'Amérique latine et les Caraïbes, jouent un rôle essentiel pour surmonter les difficultés en réduisant les obstacles à l'information et en fournissant des formations et des services de mise en relation et de soutien à l'accès aux marchés. Il a été constaté qu'ils peuvent considérablement stimuler les résultats à l'exportation, en particulier pour les nouvelles et petites entreprises, en les aidant à se développer sur de nouveaux marchés et de nouveaux produits (Volpe Martincus, 2010).

Les frictions informationnelles constituent également un obstacle important au commerce numérique. Généralement, les entreprises d'Amérique latine et des Caraïbes n'ont encore qu'une connaissance limitée des canaux numériques et des conditions et compétences nécessaires pour la commercialisation et la vente à des clients internationaux. Beaucoup d'organismes de promotion des exportations traitent désormais aussi du commerce numérique, en aidant les entreprises à vendre par l'intermédiaire de plates-formes en ligne et en soutenant les fournisseurs de services numériques pour qu'ils puissent servir les acheteurs internationaux. Des initiatives telles que la plate-forme ConnectAmericas de la BID

et les partenariats avec les places de marché en ligne offrent des possibilités supplémentaires d'élargir l'accès aux marchés internationaux et de surmonter les asymétries d'information.

La promotion des exportations reste donc un outil essentiel pour aider les entreprises à identifier et à saisir les possibilités offertes par le commerce international à l'ère numérique. Les gouvernements doivent être prêts à intensifier et à ajuster ces efforts à mesure que de nouveaux marchés et canaux numériques apparaissent.

Mesures proposées

- Utiliser des outils numériques et des approches fondées sur les données dans les organismes de promotion des exportations pour mieux mettre en relation les entreprises et les partenaires internationaux.
- Inclure les exportations de services numériques dans les programmes de promotion des exportations, en offrant un soutien sur mesure y compris concernant les foires commerciales, le remboursement de la TVA et le financement du commerce.
- Concevoir et mettre en œuvre des programmes fondés sur des données probantes visant spécifiquement à remédier aux frictions informationnelles qui affectent le commerce numérique.
- Tirer parti des plates-formes commerciales en ligne existantes, telles que ConnectAmericas de la BID, et établir des partenariats avec des plates-formes en ligne, des entreprises de logistique et des fournisseurs de technologies financières pour soutenir les entreprises dans l'exportation numérique.

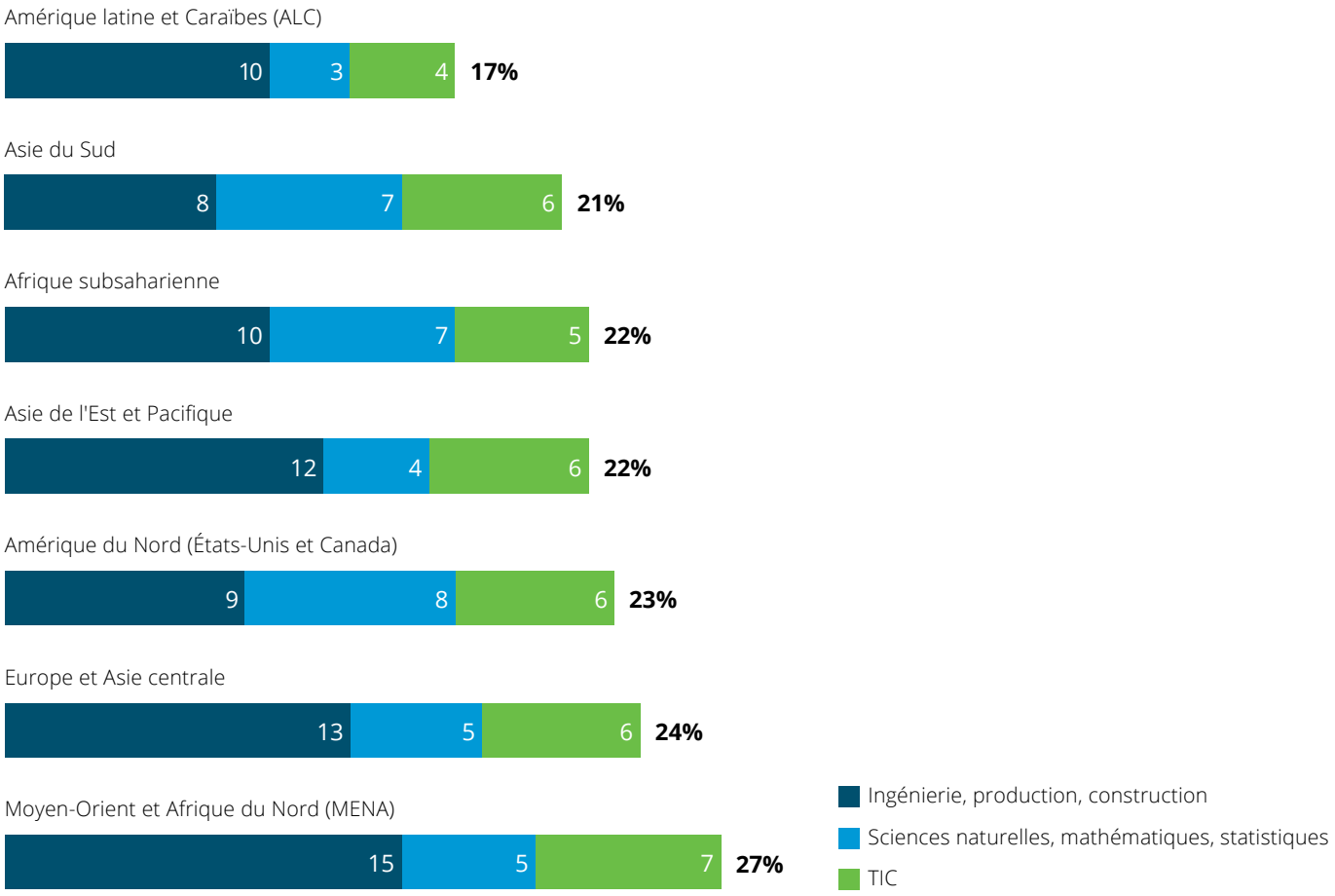
Soutenir les entreprises dans l'adoption des technologies numériques, l'acquisition des compétences nécessaires et l'accès au financement pour tirer parti des possibilités offertes par le commerce numérique

Les capacités et les compétences des entreprises sont essentielles à leur participation au commerce numérique. Bien que l'Amérique latine et les Caraïbes aient fait des progrès dans ce domaine, elles continuent de se heurter à des difficultés notables. En particulier, la région accuse un retard en matière de capital humain, notamment en ce qui concerne les compétences de base, techniques de gestion et entrepreneuriales, ainsi que pour le soutien aux institutions autres que de marché liées au savoir, comme les universités et les organismes de recherche publics. Or ces éléments déterminent la capacité d'absorption technologique d'un pays, puisqu'ils lui permettent de comprendre les nouvelles technologies, d'évaluer leur rentabilité par rapport aux autres solutions existantes, de les financer et de les mettre en œuvre sur une longue période de gestation, et de gérer le risque et les échecs éventuels. Beaucoup de pays de la région sont à la traîne par rapport aux chefs de file mondiaux, malgré des variations importantes entre les secteurs et les entreprises (Maloney *et al.*, 2025). Ainsi, les entreprises

plus grandes et mieux établies – en particulier à capitaux étrangers et dans les secteurs de services – ont généralement de plus grandes capacités numériques. Elles sont aussi plus susceptibles de s'être orientées vers les ventes en ligne pendant la pandémie de COVID-19, augmentant ainsi leur résilience aux chocs mondiaux.[10]

On note également une pénurie de compétences techniques et numériques. L'offre de diplômés en sciences, technologies, ingénierie et mathématiques (STIM) est généralement faible par rapport à d'autres régions (figure O.7) (Azuara *et al.*, 2021). En outre, de nombreux ménages ne sont pas connectés à Internet en raison d'un manque de compétences numériques (Banque mondiale et PNUD, 2022), ce qui met en évidence la nécessité d'une plus grande inclusion.

FIGURE O.7. Part des diplômés STIM dans l'ensemble des diplômés de l'enseignement supérieur, par région et par domaine, 2021

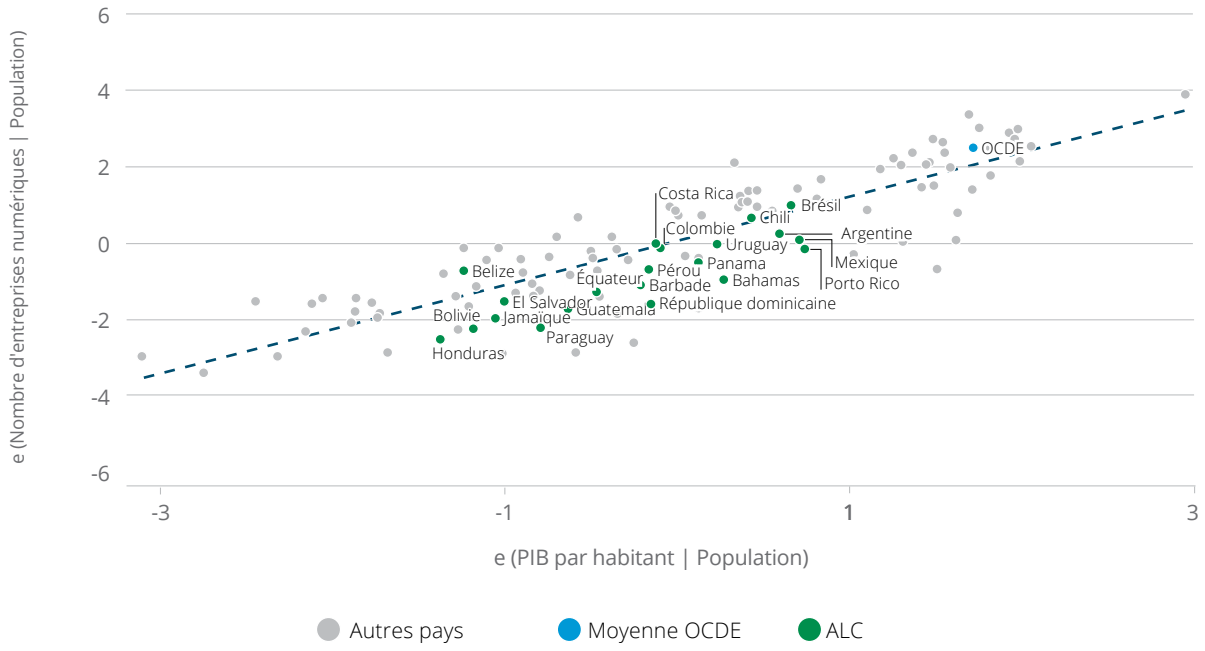


Source: BID (2021).

10 D'après les données de l'enquête auprès des entreprises.

Du fait de ces lacunes, le nombre d'entreprises numériques en Amérique latine et dans les Caraïbes est moins élevé que ce qu'on pourrait attendre compte tenu du PIB (2022–2024) (figure O.8). En outre, relativement peu d'entreprises exercent des activités dans des secteurs avancés tels que l'IA et les mégadonnées.

FIGURE O.8. Nombre d'entreprises numériques par rapport à la population et au PIB par habitant dans la région ALC, 2022–2024



Note: N = 832 433.

Source: Base de données sur les entreprises numériques, FCI de la Banque mondiale.

L'accès au financement est un autre obstacle majeur, surtout pour les entreprises exclusivement numériques dotées de modèles d'entreprise innovants et d'actifs incorporels. Les prises de participation sont particulièrement inégales dans la région, les technologies financières et la distribution en ligne étant les domaines qui attirent le plus de financement.

Pour réaliser pleinement le potentiel du commerce numérique, les pays d'Amérique latine et des Caraïbes doivent combler ces lacunes en matière de capacités en investissant dans les compétences numériques, en améliorant l'accès aux renseignements et au financement, et en favorisant un écosystème numérique inclusif qui soutienne à la fois les entreprises établies et les entreprises émergentes.

Mesures proposées

- Investir dans le soutien à l'entrepreneuriat et dans des programmes d'incubateurs et d'accélérateurs axés sur les modèles d'affaires numériques, notamment en utilisant des outils reposant sur l'IA.

- Développer et déployer à plus grande échelle les compétences numériques et la formation professionnelle, en intégrant la gestion d'entreprise, l'esprit d'entreprise et les compétences STIM.

- Renforcer le rôle des instituts de recherche et des organismes de transfert de technologie bénéficiant d'un soutien public, en tant que fournisseurs de biens publics pour l'identification et la diffusion de nouvelles technologies; encourager la collaboration université-industrie; et favoriser l'adoption de technologies, y compris prêtes à l'emploi ou facilement concédées sous licence, ainsi que la participation du secteur privé à la pointe des connaissances mondiales (au moyen par exemple de liens avec des entreprises multinationales et d'inventions conjointes avec des partenaires internationaux).

- Améliorer l'accès au financement pour la transformation numérique, y compris les lignes de crédit, les instruments de capitaux propres et les mécanismes de partage des risques, promouvoir le capital d'amorçage ou le capital-risque, et faciliter les modèles de financement innovants pour les entreprises axées sur le numérique ainsi que l'utilisation d'actifs incorporels (par exemple droits de propriété intellectuelle et contrats) en tant qu'indicateurs de la valeur et de la capacité de remboursement des entreprises innovantes.

Améliorer la façon dont le commerce numérique est mesuré

Il est essentiel de mesurer avec précision le commerce numérique pour comprendre sa situation actuelle, évaluer tout son potentiel, et concevoir des politiques efficaces. Toutefois, les données cohérentes et comparables au niveau international sur les échanges commandés par voie numérique font toujours défaut, ce qui fait qu'il est difficile pour les responsables d'évaluer l'impact des politiques ou d'identifier les domaines dans lesquels elles sont nécessaires.

Mesures proposées

- Adopter les normes internationales pour la mesure du commerce numérique figurant dans le *Manuel sur la mesure du commerce numérique*.

- Renforcer les capacités statistiques des organismes nationaux afin de collecter, d'analyser et de communiquer les données sur le commerce numérique.

- Favoriser la coopération régionale et mondiale en matière de statistiques sur le commerce numérique, y compris en établissant des partenariats avec le secteur privé (par exemple l'Americas Business Dialogue facilité la BDI) et avec d'autres acteurs pertinents (par exemple établissements universitaires et associations), en partageant les meilleures pratiques et en élaborant des cadres de rapports communs.

La voie à suivre

Les pays d'Amérique latine et des Caraïbes ont fait d'importants progrès pour participer davantage au commerce numérique – du développement de l'accès à large bande au renforcement des compétences numériques et à la modernisation des douanes. Toutefois, le rythme et l'ampleur du changement doivent s'accélérer pour suivre les tendances mondiales et faire en sorte que tous les pays et toutes les populations en profitent. Une coopération, une coordination et un partage des connaissances accrus – tant au sein de la région qu'avec les partenaires mondiaux – sont essentiels pour relever les défis transfrontières et tirer parti des forces collectives.

Les organisations internationales peuvent continuer d'être un grand soutien pour ces initiatives en fournissant une assistance technique, des orientations stratégiques et un financement. Le présent rapport propose un ensemble de mesures envisageables pour aider les pays d'Amérique latine et des Caraïbes à jouer un plus grand rôle dans le commerce numérique. Les recommandations constituent une base commune, mais les gouvernements peuvent les utiliser pour élaborer des feuilles de route sur mesure en fonction de leur situation, de leurs priorités et de leurs besoins spécifiques. Ces feuilles de route peuvent aider à hiérarchiser les actions prioritaires, à mobiliser des ressources et à impliquer les principales parties prenantes, afin de transformer le commerce numérique en un puissant moteur de croissance inclusive et durable.

Références

Alaveras, Georgios, et Bertin Martens. 2015. "International Trade in Online Services." JRC Working Papers on Digital Economy. *Séville*: Centre commun de recherche. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC97233/JRC97233_01.pdf.

Andrenelli, Andrea, et Javier López González. 2019. "Electronic Transmissions and International Trade: Shedding New Light on the Moratorium Debate." Document de travail de l'OCDE sur la politique commerciale n° 233. Paris: OCDE. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2019/11/electronic-transmissions-and-international-trade-shedding-new-light-on-the-moratorium-debate_492b22cb/57b50a4b-en.pdf.

Andrenelli, Andrea, et Javier López González. 2023. "Understanding the Potential Scope, Definition and Impact of the WTO E-commerce Moratorium." Document de travail de l'OCDE sur la politique commerciale n° 275. Paris: OCDE. https://www.oecd.org/en/publications/understanding-the-potential-scope-definition-and-impact-of-the-wto-e-commerce-moratorium_59ceace9-en.html.

Azuara, Oliver, Mauricio Mondragón et Eric Torres. 2021. "LinkedIn in Latin America and the Caribbean: An Accelerated Transformation of the Labor Market Due to the Pandemic?" Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/publications/english/document/LinkedIn-in-Latin-America-and-the-Caribbean-a-rapid-transformation-of-the-labor-market-due-to-the-pandemic.pdf.

Banque mondiale. 2023. "Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy—The Logistics Performance Index and Its Indicators." Washington (D.C.): Banque mondiale. https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/180751468165888570.

Banque mondiale. 2025. *World Bank Digital Trade Regulatory Readiness Database*. https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2025/09/10/digital-trade-regulatory-readiness-dtrr-database.

Banque mondiale et PNUD. 2022. "Internet Access and Use in Latin America and the Caribbean: From the LAC High Frequency Phone Surveys 2021." http://hdl.handle.net/10986/38000.

Banque mondiale et OMC. 2023. "Faire du commerce numérique un catalyseur du développement de l'Afrique." Washington (D.C.): Banque mondiale. https://www.wto.org/french/thewto_f/minist_f/mc13_f/policy_note_digital_trade_africa_f.pdf.

Carballo, Jerónimo, Marisol Rodriguez Chatruc, Catalina Salas Santa et Christian Volpe Martincus. 2022. "Online Business Platforms and International Trade." *Journal of International Economics* 137(C). https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2022.103599.

CEPALC. 2022. "Latin America and the Caribbean Marketplace Explorer (LACME)." Santiago: CEPALC. https://www.cepal.org/en/notes/latin-america-and-caribbean-marketplace-explorer-lacme.

Estevadeordal, Antoni, Marisol Rodriguez Chatruc et Christian Volpe Martincus. 2020. "New Technologies and Trade: New Determinants, Modalities, and Varieties." Document de travail de la BID n° 746. Washington (D.C.): BID. http://dx.doi.org/10.18235/0002173.

Fernandes, Ana, Aaditya Mattoo, Huy Nguyen et Marc Schiffbauer. 2019. "The Internet and Chinese Exports in the Pre-Alibaba Era." *Journal of Development Economics* 138(C): pages 57 à 76. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2018.11.003.

FMI, OCDE, ONU, Banque mondiale et OMC. 2023. *Digital Trade for Development*. Genève: OMC. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dtd2023_e.pdf.

FMI, OCDE, CNUCED et OMC. 2023. *Manuel sur la mesure du commerce numérique*, 2ème édition. Washington (D.C.): OMC. https://doi.org/10.5089/9789287073600.071.

Fonds monétaire international, Organisation de coopération et de développement économiques, Nations Unies, Banque mondiale et Organisation mondiale du commerce. 2025. *Digital Trade for Development*. Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/dtd2023_e.pdf.

Lendle, Andreas, Marcelo Olarreaga, Simon Schropp et Pierre-Louis Vézina. 2016. "There Goes Gravity: eBay and the Death of Distance." *The Economic Journal* 126 (591): pages 406 à 441. https://doi.org/10.1111/ecoj.12286.

Maloney, William F., Xavier Cirera et Maria Marta Ferreyra. 2025. *Reclaiming the Lost Century of Growth: Building Learning Economies in Latin America and the Caribbean*. World Bank Latin American and Caribbean Studies. Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale.

Marra de Artiñano, Ignacio, Franco Riottini Depetris et Christian Volpe Martincus. 2025. "Automatic Product Classification in International Trade: Machine Learning and Large Language Models." *Review of International Economics* 34(1). https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/roie.70009.

Nextrade et KIPU. 2022. "KIBS and Digital Services Firms in the Pacific Alliance: Profile, Performance and Regulatory Barriers." Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale.

OMC. 2024a. *Ensemble de données sur le commerce des services fournis par voie numérique*. https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/gstdh_digital_services_f.htm.

OMC. 2024b. "Services Insights: 'AI and Trade in Services.'" Genève: OMC. https://mailchi.mp/wto/services_insights_6th_issue_july_2024#TSD_Explains.

OMC et OCDE. 2024. *Ensemble de données équilibrées sur le commerce des services (BaTiS)*. https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/gstdh_batis_f.htm.

Organisation de coopération et de développement économiques. 2024. "Explanatory Memorandum on the Updated OECD Definition of an AI System." *Document de travail de l'OCDE sur l'intelligence artificielle n° 8*. Paris: OCDE. https://doi.org/10.1787/623da898-en.

Rocha, Nadia, Rodrigo Deiana, Kati Suominen et Christian Volpe Martincus. 2025. "Understanding the Drivers of Digital Services Trade." À paraître.

Société financière internationale. 2021. *Digital Entrepreneurship and Innovation in Central America*. Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale. https://doi.org/10.1596/37843.

UIT. 2025a. *DataHub: Households Covered by Fixed Wired Network*. https://datahub.itu.int/data/?c=701&i=34215.

Volpe Martincus, Christian. 2010. *Odyssey in International Markets: An Assessment of the Effectiveness of Export Promotion in Latin America and the Caribbean*. Special Report on Integration and Trade. Washington (D.C.): BID. http://dx.doi.org/10.18235/0012312.

Volpe Martincus, Christian. 2016. *Out of the Border Labyrinth: An Assessment of Trade Facilitation Initiatives in Latin America and the Caribbean*. Special Report on Integration and Trade. Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/en/out-border-labyrinth-assessment-trade-facilitation-initiatives-latin-america-and-caribbean.

Zhao, Sanglin, Deng Hao et Bk Yua. 2025. "Digital Trade and Common Prosperity: Evidence from China Province." *Cogent Economics & Finance* 13(1). https://doi.org/10.1080/23322039.2025.2494125.