Le commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes: Connecter les marchés, alimenter la croissance



ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE
GROUPE DE LA BANQUE MONDIALE
BID

Copyright © 2026. Banque interaméricaine de développement ("BID"), Organisation mondiale du commerce ("OMC") et Banque mondiale ("Banque mondiale"). Le présent ouvrage est soumis à une licence Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale 3.0 OIG (CC BY-NC 3.0 IGO) (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/igo/legalcode.fr). Les conditions et modalités énoncées dans le lien URL doivent être respectées et la reconnaissance appropriée doit être accordée à la BID, à l'OMC et à la Banque mondiale.

Conformément à la section 8 de la licence susmentionnée, toute médiation relative à des litiges découlant de cette licence sera conduite selon le Règlement de médiation de l'OMPI. Tout litige relatif à l'utilisation des ouvrages de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale qui ne peut être réglé à l'amiable sera soumis à arbitrage conformément au Règlement de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI). L'utilisation du nom de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale à toute fin autre que l'attribution, ainsi que l'utilisation de leurs logos respectifs, sera soumise à un accord de licence écrit distinct entre la BID, l'OMC, la Banque mondiale et l'utilisateur et n'est pas autorisée dans le cadre de cette licence.

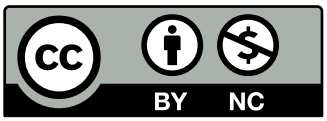
Il est à noter que le lien URL comprend des conditions et modalités qui font partie intégrante de cette licence.

Les opinions exprimées dans le présent ouvrage sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'OMC et de ses Membres ni celles de la BID et de la Banque mondiale et de leurs Conseils des administrateurs ou des gouvernements que ceux-ci représentent, et sont sans préjudice de leurs droits et obligations au regard des documents fondateurs de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale, de leurs accords d'adhésion et de l'ensemble du droit international et des traités applicables. Les opinions exprimées et les arguments employés dans le présent ouvrage n'ont pas pour objet de donner une quelconque interprétation juridique ou faisant autorité des dispositions des documents fondateurs de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale, de leurs accords d'adhésion ni de l'ensemble du droit international et des traités applicables, et ne seront en aucun cas lus ou compris comme ayant une quelconque incidence juridique.

La BID, l'OMC et la Banque mondiale ne garantissent pas que les données citées sont exactes, complètes ou à jour, et elles n'assument pas non plus la responsabilité de toute erreur, omission ou divergence dans les renseignements, ni en ce qui concerne l'utilisation ou non des renseignements, des méthodes, des processus ou des conclusions exposés. Les frontières, les couleurs, les dénominations, les liens/notes de bas de page et toute autre information figurant dans le présent ouvrage n'impliquent de la part de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale aucun jugement quant au statut juridique d'un territoire quelconque et ne signifient nullement la reconnaissance ou l'acceptation de ces frontières. La citation d'ouvrages d'autres auteurs ne signifie pas que la BID, l'OMC et la Banque mondiale approuvent les points de vue de ces auteurs ou le contenu de leurs ouvrages.

Rien de ce qui figure dans le présent ouvrage ne constitue ni ne peut être considéré comme une limitation des privilèges et immunités de la BID, de l'OMC et de la Banque mondiale, ni comme une renonciation à ces privilèges et immunités, qui sont tous expressément réservés.

978-1-59782-607-5 (édition brochée)
978-1-59782-608-2 (PDF)



La date limite pour la prise en compte des données dans le présent rapport est la fin de décembre 2025.

Table des matières

Acronymes et abréviations 5
Liste des figures 7
Liste des tableaux 10
Liste des encadrés 11
Remerciements 12

Aperçu général 13
Commerce numérique: Accélérer la transformation en Amérique latine et dans les Caraïbes 14
Commerce numérique: Des possibilités ouvertes à tous 16
Commerce numérique extrarégional ou intrarégional: Des possibilités inexploitées en matière d'intégration régionale 17
Exploiter le potentiel du commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes 20
La voie à suivre 34
Références 35

Chapitre 1. L'état actuel du commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes 38
Introduction 39
Définition du commerce numérique 39
En quoi le commerce numérique profite aux économies 42
Le commerce numérique dans la région de l'Amérique latine et des Caraïbes: Les 20 dernières années 44
Conclusion 73
Références 74

Chapitre 2. Faciliter le commerce numérique: Principaux moteurs et contraintes 79
Introduction 80
Régimes commerciaux dans les secteurs de marchandises et de services essentiels 83
Les politiques et réglementations qui régissent le commerce numérique 90
Infrastructure numérique et connectivité 103
Paiements numériques, y compris les paiements transfrontières 110
Logistique, douanes et autres procédures frontalières liées au commerce électronique 112
Frictions informationnelles et politiques de promotion des exportations 116

Capacités et compétences des entreprises pour le commerce numérique 117
Accès au financement pour les entreprises orientées vers le numérique 127
Conclusion 128
Références 129

Chapitre 3. Recommandations et voie à suivre 133
Introduction 134
Recommandations 134
La voie à suivre: Tirer parti de la coopération internationale pour accroître le commerce numérique en ALC 140
Conclusion 153
Références 154

Appendice 155

Acronymes et abréviations

ACR	accord commercial régional
AELE	Association européenne de libre-échange
AFE	Accord sur la facilitation des échanges
AGCS	Accord général sur le commerce des services
ALC	Amérique latine et Caraïbes
APC	Autorités chargées de la protection des consommateurs
APD	autorités chargées de la protection des données
ATI	Accord sur les technologies de l'information
BID	Banque interaméricaine de développement
BPO	Externalisation des processus métier
CARICOM	Communauté des Caraïbes
CDI	convention de double imposition
CEPALC	Commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes
DEA	accord sur l'économie numérique
DTRR	Préparation de la réglementation en matière de commerce numérique
DUCA	Déclaration unique centraméricaine (*Declaración Única Centroamericana*)
FMI	Fonds monétaire international
FPS	systèmes de paiement rapide
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
GBM	Groupe de la Banque mondiale
GML	grand modèle de langage
GRIDMAP	Global Regulations, Institutional Development, and Market Authorities Perspective
IA	intelligence artificielle
IED	investissement étranger direct
IPL	Indice de performance logistique
IRES	Indice de restrictivité des échanges de services
JSI	Initiative liée à la Déclaration conjointe
MPME	Micro, petites et moyennes entreprises
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OECO	Organisation des États des Caraïbes orientales

OMC	Organisation mondiale du commerce
PDCC	Plate-forme numérique centroaméricaine de commerce extérieur (*Plataforma Digital de Comercio Centroamericana*)
PIB	produit intérieur brut
PRITS	pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure
R&D	recherche-développement
RNB	revenu national brut
SFI	Société Financière Internationale
SIECA	Secrétariat de l'intégration économique centraméricaine (*Secretaría de Integración Económica Centroamericana*)
SINPE	Système national de paiement électronique (*Sistema Nacional de Pagos Electrónicos*)
SIPA	Système d'interconnexion des paiements (*Sistema de Interconexión de Pagos*)
SPI	Système de paiement interbancaire (*Sistema de Pagos Interbancarios*)
STIM	sciences, technologies, ingénierie et mathématiques
TIC	technologies de l'information et de la communication
TiVA	échanges en valeur ajoutée
TVA	taxe sur la valeur ajoutée
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

Liste des figures

Figure O.1. Exportations de services fournis par voie numérique, Amérique latine et Caraïbes, 2005–2024 (milliards d'USD) 15
Figure O.2. Parts des exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique dans les exportations totales de ces services, 2023 18
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 (%) 19
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) 21
Figure O.5. État de préparation de la réglementation du commerce numérique dans la région ALC 23
Figure O.6. Part de la population utilisant Internet en Amérique latine et dans les Caraïbes, 2023 26
Figure O.7. Part des diplômés STIM dans l'ensemble des diplômés de l'enseignement supérieur, par région et par domaine, 2021 31
Figure O.8. Nombre d'entreprises numériques par rapport à la population et au PIB par habitant dans la région ALC, 2022–2024 32
Figure 1.1. Services livrés numériquement dans les pays de l'ALC, 2005–2024 (milliards d'USD) 44
Figure 1.2. Croissance des exportations de services livrés numériquement, d'autres services et de marchandises de la région ALC, 2005–2024 (%, indice 2005 = 100) 45
Figure 1.3. Part des services livrés numériquement dans les exportations de services, par pays, 2005 et 2024 (parts en %) 46
Figure 1.4. Exportations de services livrés numériquement, par pays, 2024 (% du PIB) 47
Figure A. Taux de croissance annuel projeté des exportations de services livrables numériquement, 2023–2040 (%) 49
Figure B. Taux de croissance annuel projeté des exportations des régions d'Amérique latine entre 2023 et 2040 (%) 50
Figure 1.5. Exportations de services livrés numériquement par région, 2005–2024 (milliards d'USD et parts en %) 57
Figure 1.6. Structure des exportations de services livrés numériquement de l'ALC, 2005 et 2024 (parts en %) 58
Figure 1.7. Part de la valeur ajoutée du secteur de l'information et de la communication dans les exportations brutes de produits manufacturés et de services de l'ALC (%) 59
Figure 1.8. Balance commerciale de l'ALC pour les services livrés numériquement, 2005–2024 (milliards d'USD) 60

Figure 1.9. Part des visiteurs étrangers sur les plates-formes de commerce électronique dans la région ALC, 2019 et 2023 (parts en %) 61
Figure C. Activité à l'exportation suivant la présence en ligne et la taille de l'entreprise (% d'entreprises ayant une activité à l'exportation) 63
Figure 1.10. Parts des exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique dans les exportations totales de ces services, 2023 65
Figure 1.11. Part des échanges de services livrables numériquement parmi les 10 principaux partenaires commerciaux de l'ALC, 2023 (parts en %) 66
Figure 1.12. Exportations de services livrables numériquement des blocs sous-régionaux vers la région ALC, 2023 (millions d'USD, part en % du total de la région ALC) 67
Figure 1.13. Part des exportations sous-régionales et des autres exportations intra-ALC dans le total des exportations de services livrables numériquement, 2023 (parts en %) 68
Figure 1.14. Principales sources et destinations du trafic entrant et sortant du commerce électronique de l'ALC, 2023 (parts en %) 70
Figure 1.15. Destination du trafic transfrontières sur les sites Web des économies de la région ALC, par région, 2023 (parts en %) 72
Figure D. Estimation de l'incidence moyenne de certains facteurs déterminants sur les services et les exportations de services livrés numériquement (parts en %) 82
Figure 2.1. Droits NPF appliqués moyens visant les produits des TIC dans l'ALC, 2024 (%) 83
Figure 2.2. Droits consolidés moyens appliqués dans la région ALC au titre de la nation la plus favorisée pour les produits des TIC, 2024 (%) 84
Figures 2.3. Ouverture des secteurs des services favorisant le commerce numérique en ALC, dans les économies de l'OCDE et à l'échelle mondiale, par secteur 86
Figure 2.3.a. Services liés aux TIC *86*
Figure 2.3.b. Services de transport de marchandises *86*
Figure 2.3.c. Services de distribution et services postaux et de courrier *87*
Figure 2.3.d. Services bancaires commerciaux *87*
Figures 2.4. Engagements de l'ALC dans le domaine des services favorisant le commerce numérique, par secteur (parts en %) 88
Figure 2.4.a. Engagements de l'ALC au titre du mode 1 de l'AGCS dans le domaine des services favorisant le commerce numérique *88*
Figure 2.4.b. Engagements de l'ALC au titre du mode 3 de l'AGCS dans le domaine des services favorisant le commerce numérique *89*
Figure 2.5. Moyenne des IRES concernant le mode 1 pour les services pouvant être livrés numériquement (ALC, économies de l'OCDE et moyenne mondiale) 91
Figure 2.6. Niveau des engagements au titre du mode 1 de l'AGCS pour certains services pouvant être livrés numériquement (part en % des engagements totaux) 92

Figure 2.7. Préparation à la réglementation en matière de commerce numérique: Résultats par pays des sous-régions de l'ALC 95
Figure 2.8. Types de signatures électroniques en ALC 97
Figure 2.9. Exigences en matière de responsabilité des intermédiaires dans les pays de l'ALC 101
Figure 2.10. Pourcentage de la population utilisant Internet dans les pays de la région ALC, 2023 (part en %) 104
Figure 2.11. Taux de pénétration du haut débit fixe dans les ménages et technologies utilisées dans les pays de l'ALC, 2024 (parts en %) 106
Figure E. Estimation de la réduction moyenne des coûts du commerce dans la région ALC (%) 108
Figure 2.12. Adultes en ALC titulaires d'un compte d'opérations, 2011–2024 (%) 110
Figure 2.13. Indice de performance logistique des pays de l'ALC 113
Figure 2.14. Engagements de mise en œuvre actuels pris par les pays de l'ALC dans le cadre de l'OMC, AFE (%) 115
Figure 2.15. Scores de l'ONU en matière de facilitation des échanges dans les pays de l'ALC et dans les économies développées, 2023 (score composite, maximum = 500%) 116
Figure 2.16. Compétences de gestion et niveaux de revenus en ALC et dans le monde, 2004–2022 119
Figure 2.17. Comparaison entre les pratiques de gestion déclarées par les entreprises elles-mêmes et celles évaluées par des tiers dans les entreprises de l'ALC et les entreprises mondiales 120
Figure 2.18. Nombre d'entreprises numériques par rapport au PIB par habitant en ALC, 2022–2024 121
Figures 2.19. Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies appliquées et les technologies de rupture dans la région ALC et dans les PRITS, 1971–2022 (%) 123
Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies appliquées *123*
Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies de rupture *123*
Figure 2.20. Part des diplômés STIM dans l'ensemble des diplômés de l'enseignement supérieur, dans la région ALC et dans le monde (%) 125
Figure 2.21. Investissements en capital dans les entreprises numériques, ALC, 2022–2024 (millions d'USD) 127
Figure 3.1. Participation des pays de l'ALC à des ACR contenant des dispositions sur le commerce numérique 152

Liste des tableaux

Tableau 2.1. Adhésion des Membres de l'OMC de la région ALC au Document de référence sur les télécommunications annexé à l'AGCS et aux disciplines relatives à la réglementation intérieure dans le domaine des services 90
Tableau 3.1. Participation des Membres de l'OMC de la région ALC aux Initiatives liées aux Déclarations conjointes sur le commerce électronique et la facilitation de l'investissement pour le développement 150
Tableau A.1 de l'Appendice. Interventions soutenues par la BID et la Banque mondiale pertinentes pour les facteurs déterminants du commerce numérique 156

Liste des encadrés

Encadré 1.1. Sources des données pour le commerce numérique 40
Encadré 1.2. Simulations sur les nouvelles technologies et la transition numérique dans la région ALC 48
Encadré 1.3. Intelligence artificielle et commerce numérique 51
Encadré 1.4. La progression des industries créatives en ALC 53
Encadré 1.5. L'essor des exportations de services livrés numériquement au Costa Rica 55
Encadré 1.6. Croissance des ventes numériques transfrontières dans le Cône sud 63
Encadré 1.7. L'importance du marché intrarégional pour les exportateurs de services numériques de l'Alliance du Pacifique 69
Encadré 2.1. Facteurs favorables au commerce des services livrés numériquement 81
Encadré 2.2. L'impact des infrastructures et de la réglementation numériques sur les coûts du commerce en Amérique latine et dans les Caraïbes 108
Encadré 2.3. Renforcement des infrastructures de paiement transfrontières sous-régionales en Amérique centrale 111

Remerciements

La publication intitulée *Le commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes: connecter les marchés, alimenter la croissance* est un rapport établi conjointement par la Banque interaméricaine de développement (BID), la Banque mondiale et le Secrétariat de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Le présent rapport a été coordonné et rédigé par Nadia Rocha et Christian Volpe Martincus de la BID, Melissa Metz de la Banque mondiale et Antonia Carzaniga de l'OMC, avec des contributions importantes de Kati Suominen et Bernardo Díaz de Astarloa, Martín Molinuevo (Banque mondiale), Niccoló Comini (Banque mondiale) et Shradha Bhatia (OMC). Le rapport a été produit sous la supervision et avec l'appui d'Anabel González (Vice-Présidente pour les pays et l'intégration régionale) et de Fabrizio Opertti (Directeur de la productivité, du commerce et de l'investissement) à la BID; d'Óscar Calvo-González (Directeur régional), de Denis Medvedev (Directeur mondial pour le commerce, la concurrence et les affaires), de Sebastien Dessus, de Yira Mascaró, de Stefka Slavova et de Yolanda Martínez Mancilla (responsables de pôle) à la Banque mondiale; et de Johanna Hill (Directrice générale adjointe) à l'OMC.

Les auteurs remercient leurs collègues des trois institutions pour les observations et orientations qu'ils ont formulées aux différents stades de l'élaboration et de la publication. À la BID, les auteurs tiennent à remercier Agustina Calatayud, Ubaldo González de Frutos, Gabriela Martínez, Miguel Porrúa, Pau Puig Gabarró, Yuri Soares, Rodolfo Stucchi et Levi Zegarra pour leurs précieuses contributions, ainsi qu'Eduardo Cavallo, Rodrigo Contreras Huerta, Sandra Corcuera Santamaría, Jesica De Angelis, Rodrigo Deiana, Pablo Marcelo García, Luciana García, Vanesa García Sánchez, Sebastián González Saldarriaga, Jaime Granados, July Jiménez Orjuela, Philip Keefer et Mónica Maday pour leurs précieuses observations et suggestions. À la Banque mondiale, les auteurs tiennent à exprimer leur gratitude à Charmaine Robles Crisostomo, Elena Gasol Ramos, Arlan Zandro Ilagan Brucal, Douglas Randall, Guillermo Rodriguez Ruiz, Marc Tobias Schiffbauer et Tingting Juni Zhu pour leurs précieuses contributions; ainsi que Roberto Echandi, Woori Lee, William Maloney et Christian Zambaglione pour leurs suggestions et observations pertinentes; et Sara Hormigo Carnero pour son soutien dans le cadre des partenariats. À l'OMC, les auteurs remercient María Álvarez de Cozar, Eddy Bekkers, Ishrat Hans, Hryhorii Kalachyhin, Eric Ng Shing, Stela Rubínová, Zsofia Tvarusko et Gauri Tyagi pour leurs apports avisés, ainsi que Barbara d'Andrea, Stefania Gallo, Emmanuelle Ganne, Mark Henderson, Tomasz Koziel, Joscelyn Magdeleine, Juan Marchetti, Jesse Nicol, Martin Roy, Chibole Wakoli et Xiaodong Wang pour leurs observations et suggestions éclairées; ainsi qu'à Anthony Martin pour son soutien dans le cadre des partenariats.

Les auteurs remercient également Ignacio Camdessus, Dolores Arrieta et Victoria Patience pour leur travail remarquable et rapide en matière de conception graphique et de relecture, ainsi que María Lidia Víquez (BID) pour son excellente gestion du processus de publication.

Aperçu général

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

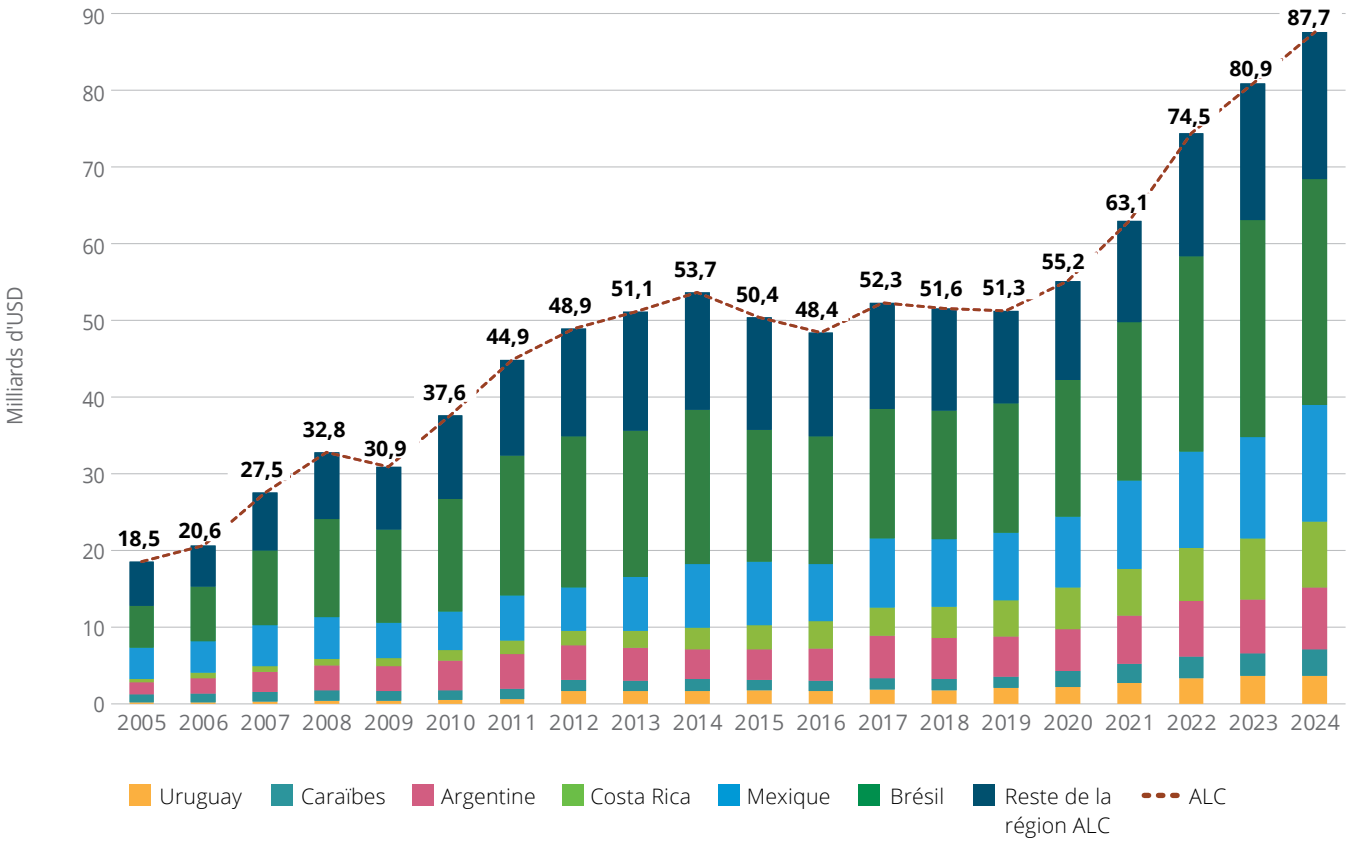
La numérisation remodèle rapidement les échanges transfrontières de marchandises et de services – qu'il s'agisse du contenu ou du fonctionnement –, et fait du commerce numérique un moteur essentiel du commerce international. Le "commerce numérique" désigne l'ensemble des échanges internationaux qui font 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.

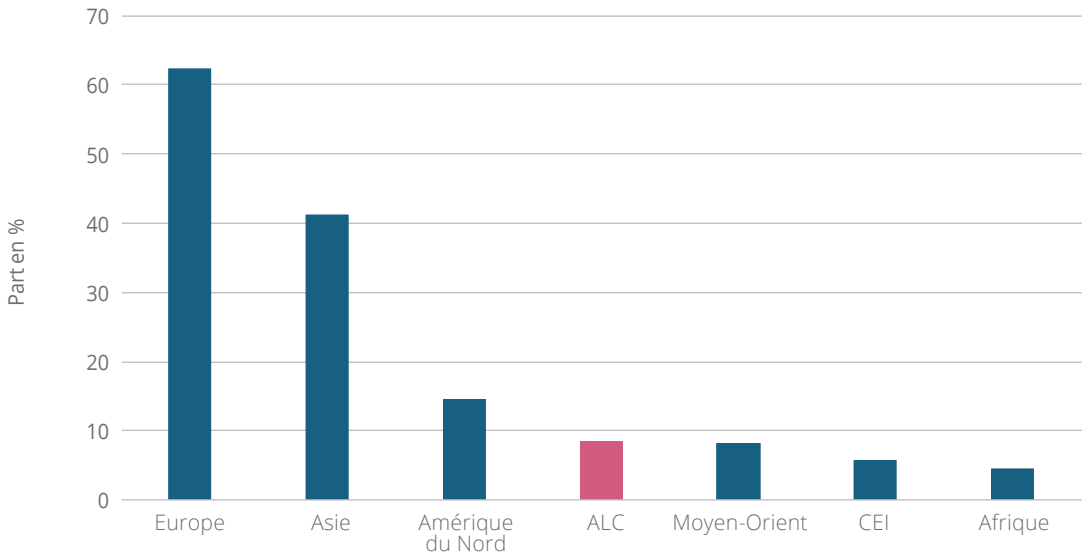
Commerce numérique extrarégional ou intrarégional: Des possibilités inexploitées en matière d'intégration régionale

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

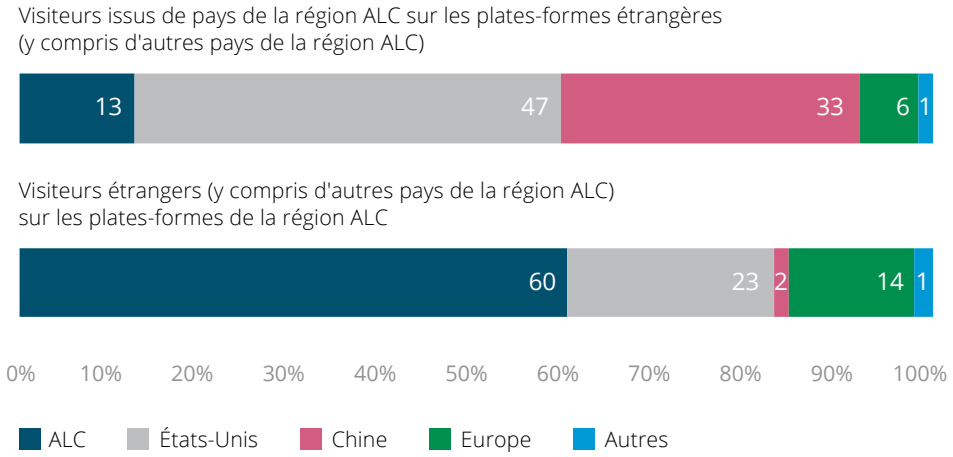


Source: OMC et OCDE (2024).

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.

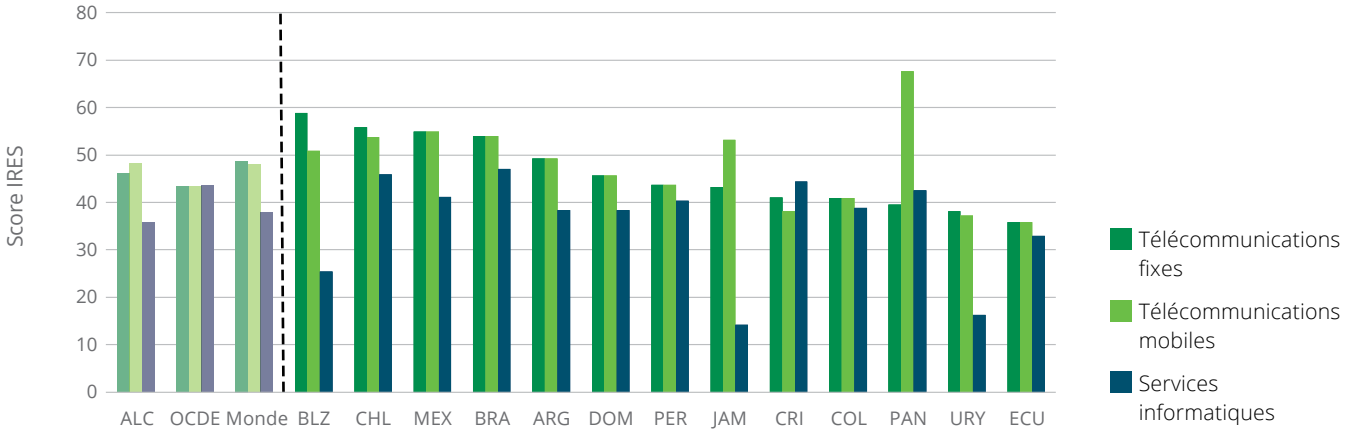
Favoriser l'ouverture des marchés et la concurrence pour les produits et services de base

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).

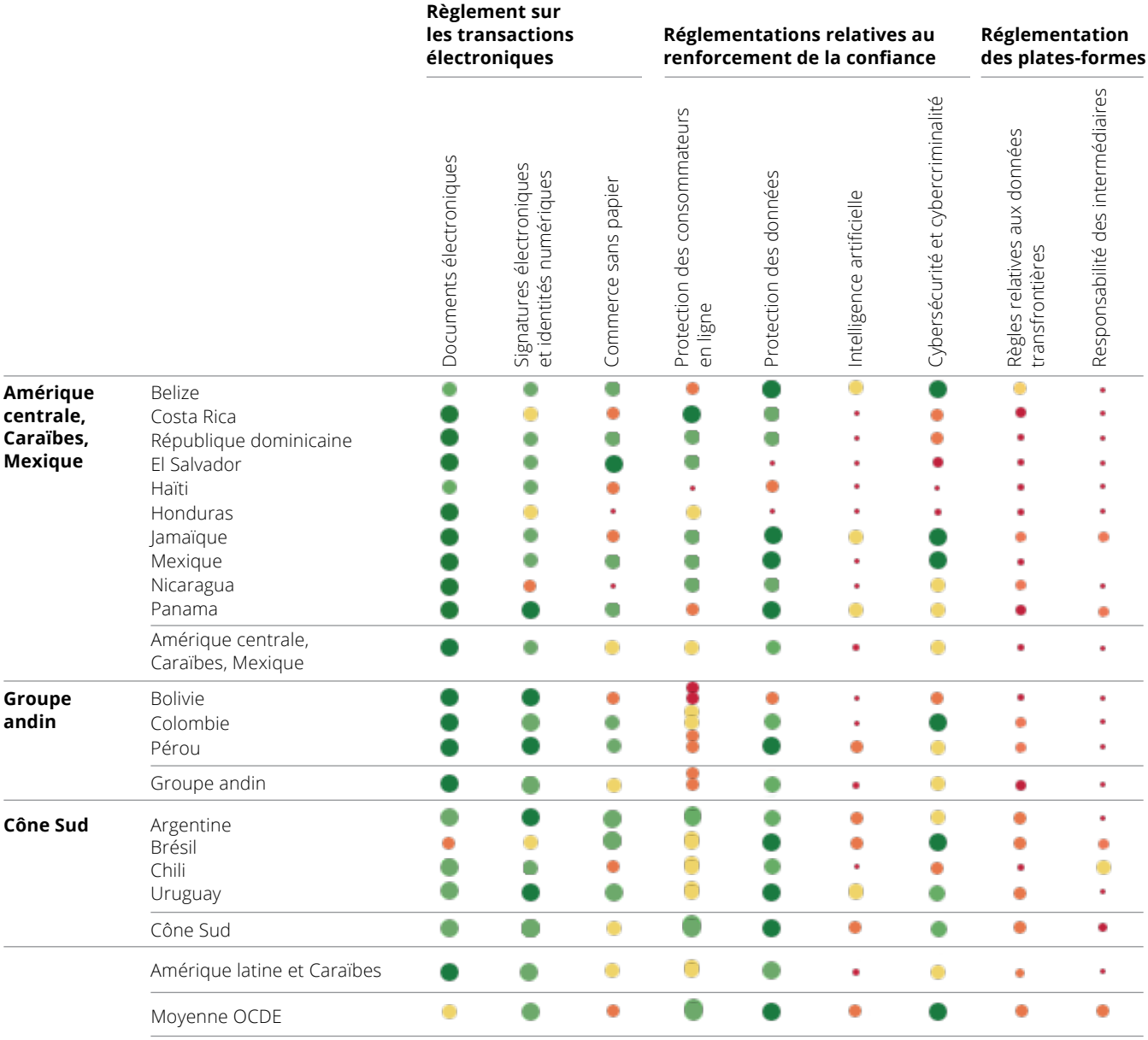
- Envisager d'adopter les disciplines de l'Accord plurilatéral sur la facilitation de l'investissement pour le développement, négocié à l'OMC, comme de nombreux pays d'Amérique latine et des Caraïbes se sont déjà engagés à le faire.

- 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

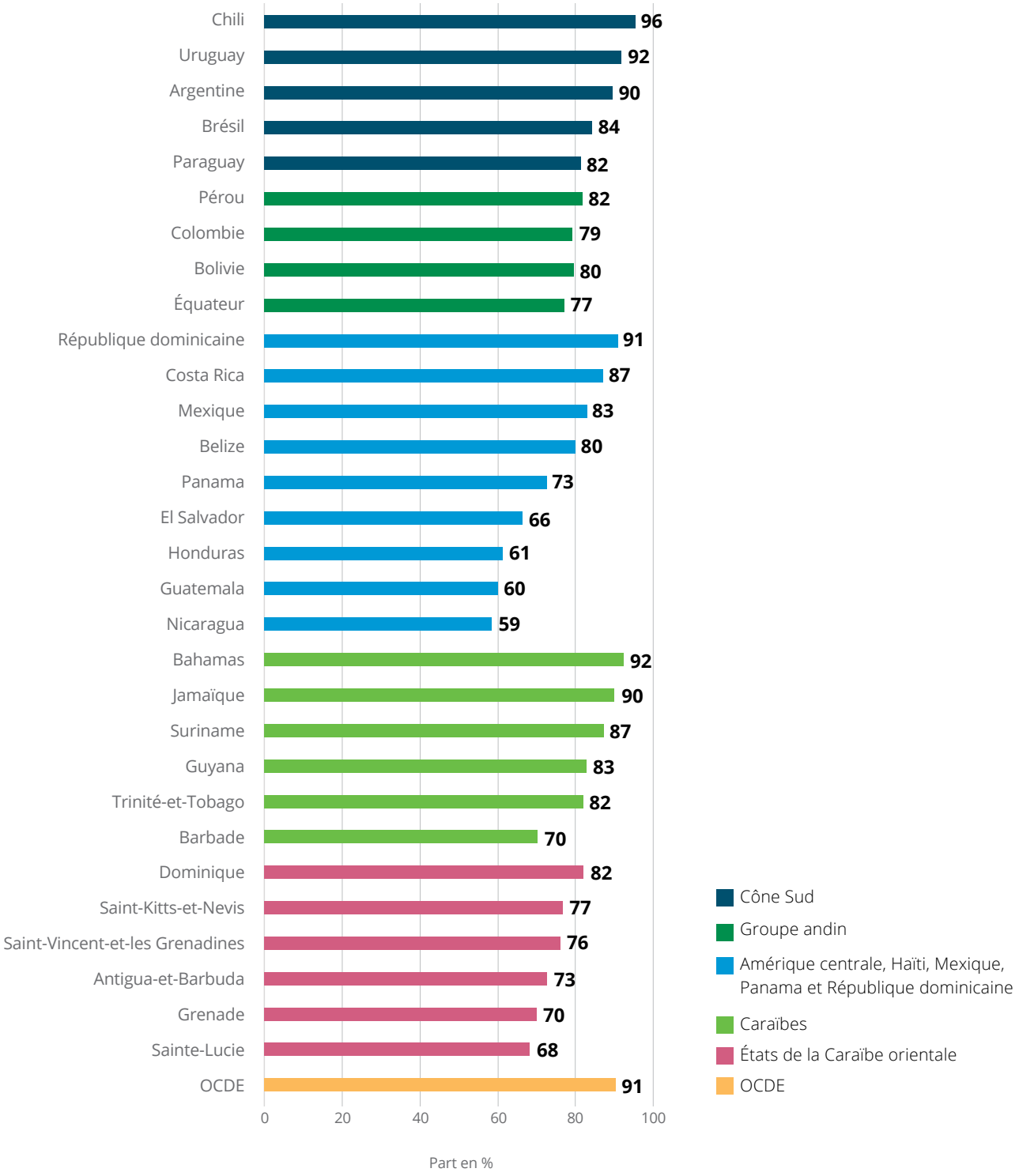
L'Internet et les connexions à large bande de niveau mondial sont des catalyseurs essentiels du commerce numérique. Les économies d'Amérique latine et des Caraïbes ont beaucoup progressé dans l'adoption et l'amélioration de la connectivité Internet au cours des 20 dernières années. Cependant, elles restent 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.

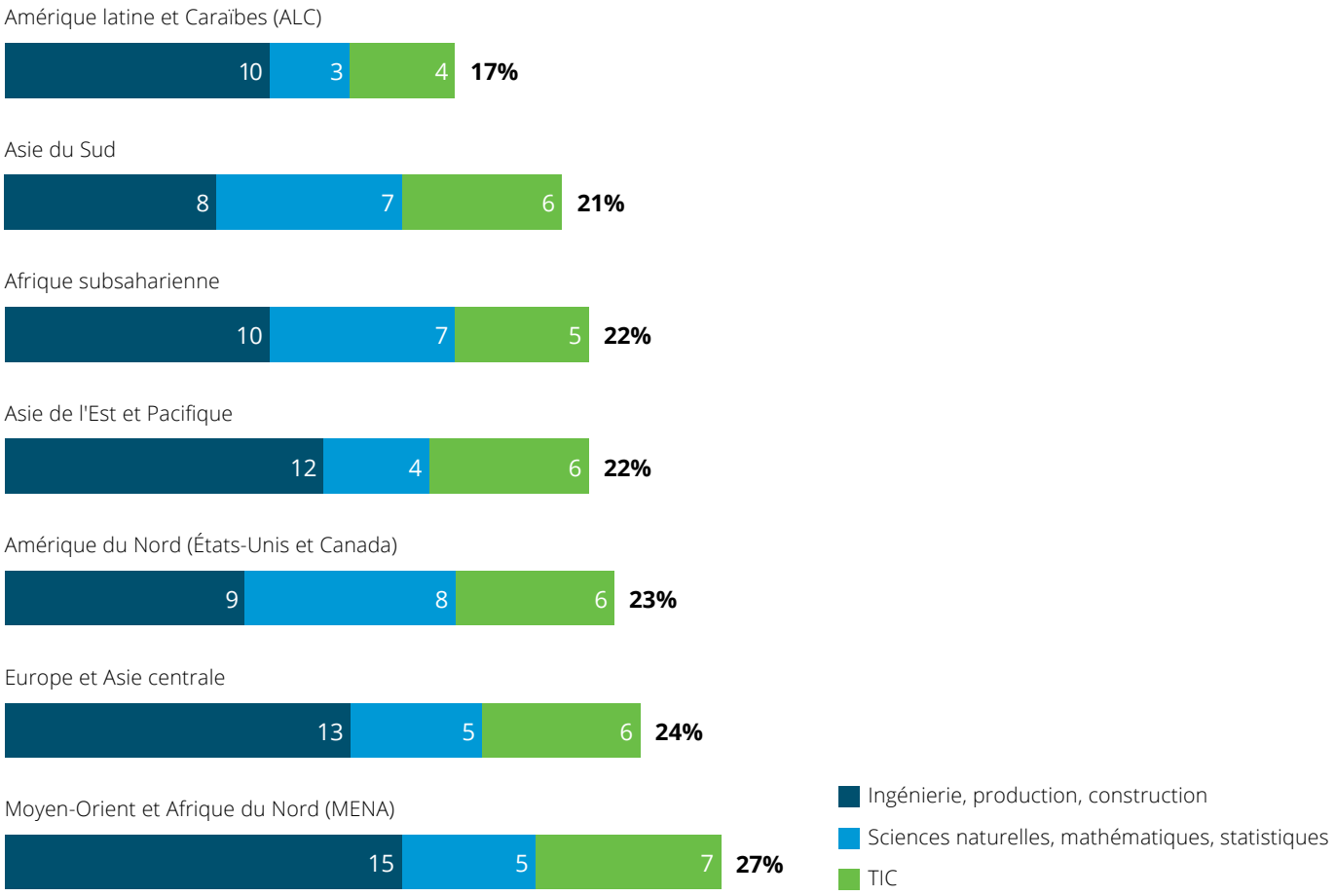
Soutenir les entreprises dans l'adoption des technologies numériques, l'acquisition des compétences nécessaires et l'accès au financement pour tirer parti des possibilités offertes par le commerce numérique

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

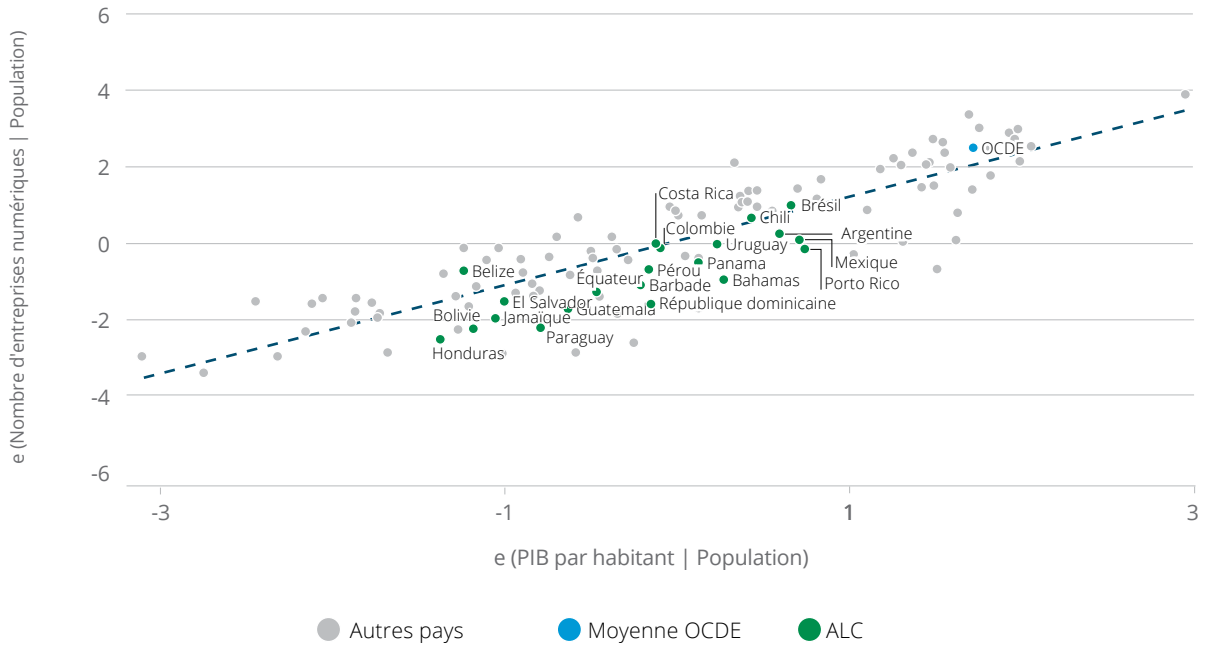


Source: BID (2021).

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.

Chapitre 1.
L'état actuel du commerce numérique en Amérique latine et dans les Caraïbes

Introduction

La numérisation a profondément transformé le commerce: elle a simplifié et réduit le coût des transactions, accru l'échangeabilité des marchandises et des services, et élargi les possibilités pour un plus grand nombre d'entreprises et de particuliers de participer au commerce mondial. Partout dans le monde, la croissance rapide des services fournis livrés numériquement – tels que les activités des centres d'appels, les services informatiques et l'enseignement en ligne – a été spectaculaire. Depuis 2005, la valeur des exportations mondiales de ces services a presque quadruplé, atteignant 4 780 milliards d'USD en 2024 et représentant 14,8% des exportations mondiales de marchandises et de services. Cette expansion a dépassé la croissance du commerce des marchandises (4,5%) et des exportations d'autres services (4,9%), ce qui souligne l'importance croissante du commerce numérique dans l'économie mondiale.

L'Amérique latine et les Caraïbes (ALC) ont suivi ces tendances mondiales. L'accélération de la transition vers le numérique a permis aux consommateurs et aux entreprises de la région de participer davantage au commerce numérique. Les services livrés numériquement sont devenus le segment du commerce de la région ALC qui connaît la croissance la plus rapide, offrant ainsi de nouvelles possibilités de croissance de la productivité et de développement aux économies de l'ALC. Le présent chapitre est consacré à la croissance et la pertinence du commerce numérique dans les économies de l'ALC, s'agissant en particulier du commerce des services livrés numériquement et des marchandises commandées numériquement. Il commence par définir le commerce numérique, examine sa contribution à la croissance et au développement, analyse les tendances des deux dernières décennies et souligne l'importance du commerce intrarégional pour les petits exportateurs et les exportateurs émergents.

Définition du commerce numérique

Le présent rapport adopte la définition du commerce numérique figurant dans le *Manuel sur la mesure du commerce numérique* (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023), qui englobe l'ensemble des échanges internationaux de produits commandés et/ou livrés numériquement.

Selon la publication:

- Le *commerce de produits commandés numériquement* recouvre les transactions internationales de marchandises ou de services effectuées sur des réseaux informatiques par des méthodes "spécifiquement conçues pour recevoir ou passer des commandes". Il peut s'agir, par exemple, de commander un T-shirt à l'étranger sur le site Web d'un fabricant ou de réserver un restaurant dans un autre pays via une plate-forme numérique.

- Le *commerce de produits livrés numériquement* désigne "l'ensemble des transactions commerciales internationales dans lesquelles la livraison est effectuée à distance sur réseaux informatiques"

et ne concerne que le commerce des services.[1] Ces transactions peuvent être réalisées par courrier électronique, par appel vocal ou vidéo, ou au moyen d'applications ou de plates-formes d'intermédiation. Les exemples vont des services informatiques aux services bancaires, en passant par les formations à distance.

Selon l'Organisation mondiale du commerce (OMC), l'expression "commerce électronique" recouvre "la production, la distribution, la commercialisation, la vente ou la livraison de marchandises et de services par des moyens électroniques". La définition de l'OMC correspond à celle du commerce numérique figurant dans le *Manuel sur la mesure du commerce numérique* (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023), de sorte que le présent rapport utilise les deux de manière interchangeable.

La mesure du commerce numérique s'est améliorée ces dernières années (voir l'encadré 1.1). Cependant, les statistiques sur les échanges de produits commandés numériquement restent peu nombreuses et ne sont pas comparables entre les économies, qui ont tendance à ne pas faire la distinction entre commerce intérieur et commerce international.

ENCADRÉ 1.1. Sources des données pour le commerce numérique

Commerce de produits livrés numériquement

Les sources ci-après fournissent des informations sur le commerce de produits livrés ou pouvant être livrés numériquement:

- **L'Ensemble de données sur le commerce des services fournis par voie numérique de l'OMC**[2], utilisé dans le présent rapport, couvre plus de 200 économies et régions. Les données contiennent des estimations de l'OMC sur les services échangés par l'intermédiaire des réseaux informatiques, par exemple au moyen d'Internet, d'applications, de courriels, d'appels vocaux et vidéo, et de plates-formes d'intermédiation numérique couvrant huit sous-secteurs entre 2005 et 2024. La portée des services livrés numériquement correspond à la définition qui figure dans le *Manuel sur la mesure du commerce numérique* (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023).
- **La base de données équilibrée sur le commerce de services de l'OCDE-OMC (BaTIS)** (OMC et OCDE, 2024), qui estime la destination des échanges de produits livrables numériquement. Elle contient une matrice équilibrée du commerce international de services pour plus de 200 économies déclarantes et leurs partenaires, par secteur, pour 2005–2023.[3]

1 Les Membres de l'OMC ont des opinions divergentes quant à la question de savoir si tous les échanges de produits livrés numériquement relèvent du commerce des services.

2 Voir OMC (2024).

3 Voir OMC et OCDE (2024). La BaTiS assure la correspondance entre les exportations et les importations "en calculant une moyenne pondérée par un indice de symétrie entre les deux, suivant une approche similaire à celle développée pour les statistiques du commerce international de marchandises." Cela permet de réconcilier les asymétries entre les flux déclarés et les flux miroirs. Voir l'Explorateur des données de l'OCDE (https://data-explorer.oecd.org/vis?df[ds]=DisseminateFinalDMZ&df[id]=DSD_BATIS%40DF_BATIS&df[ag]=OECD.SDD.TPS&dq=.....A.USD_EXC.&pd=,&to[TIME_PERIOD]=false&vw=ov&lc=fr&pg=0).

Il convient de noter que les services *livrables* numériquement diffèrent des services *livrés* numériquement: les premiers sont des services qui peuvent être fournis à distance sur réseaux informatiques, tandis que les seconds sont effectivement livrés de cette manière. La valeur totale des services livrables numériquement sera supérieure (ou égale) à la valeur totale des services livrés numériquement.

Commerce de produits commandés numériquement

- **Le commerce de produits commandés numériquement est plus difficile à appréhender** et il n'existe actuellement pas de données comparables au niveau international.

Les mesures indirectes pour l'ALC comprennent:

- Les **données sur les transactions**, qui permettent d'analyser les tendances concernant la valeur totale et moyenne des achats, le nombre de transactions et le nombre d'acheteurs, globalement, par pays d'origine et par produit (Carballo *et al.*, 2020a, 2021b; Volpe Martincus *et al.*, 2024).[4]
- Les **données sur les envois postaux** provenant de l'Union postale universelle et des services postaux nationaux.[5]
- Le portail **Marketplace Explorer**, qui quantifie le trafic (visites) sur des centaines de places de marché et de plates-formes de la région ALC par pays d'origine, ainsi que depuis la région ALC vers des plates-formes étrangères en 2019–2023.[6]
- De **nombreuses enquêtes auprès des consommateurs et des entreprises**, dont plusieurs sont mentionnées dans les encadrés du présent rapport, qui recensent également les types d'entreprises pratiquant le commerce numérique.

4 Le régime de franchise de l'Uruguay, dont sont issues des données sur tous les achats effectués à l'étranger par les Uruguayens à l'aide de cartes de crédit et de débit, en est un exemple. Ce régime permet à tous les Uruguayens adultes d'acheter à l'étranger, jusqu'à trois fois par an, des marchandises non commerciales d'une valeur maximale de 200 USD (et d'un poids maximal de 20 kg) sans payer de droits de douane ni de taxes. Voir Carballo *et al.* (2016).

5 Voir l'Union postale universelle (2024). Une étude récente de la BID portant sur l'ensemble des transactions à l'exportation du Pérou entre 1999 et 2014, y compris les envois ordinaires et les envois postaux, montre que le mode d'expédition par envois postaux a été associé à une augmentation et à une plus grande diversification des exportations régionales, à des taux d'entrée et de sortie plus élevés, à des exportations plus innovantes et à des retombées en matière d'apprentissage tant au sein des entreprises qu'entre elles. Voir aussi Carballo *et al.* (2016).

6 Cette base de données développée par le Centre du commerce international, la Commission économique des Nations Unies pour l'Amérique latine et les Caraïbes et le Centre d'études de marché de l'Université des sciences appliquées d'Amsterdam permet une analyse à l'échelle de l'ALC des places de marché axées sur les biens B2C. Elle analyse les tendances concernant l'utilisation des places de marché de 2019 à 2022 et l'adoption des places de marché dans 33 pays et procède à une comparaison entre les pays. Cet outil analyse le trafic et les principales caractéristiques de près de 900 places de marché et 2 900 sites Web ciblant les 33 marchés avec une URL, une page Web ou un sous-domaine par pays. Voir Lottito et Astarloa (2023).

En quoi le commerce numérique profite aux économies

L'expansion du commerce numérique peut profiter à la croissance économique et à l'inclusion sociale par divers moyens:

1. **Le commerce numérique élargit les débouclés qui s'offrent aux entreprises et contribue à faire correspondre la demande avec l'offre.** De nombreuses enquêtes menées auprès des entreprises, notamment dans la région ALC, montrent que les vendeurs en ligne, en particulier les entreprises qui utilisent des plates-formes et des places de marché numériques, ont un net avantage à l'exportation par rapport aux vendeurs "hors ligne" (Suominen, 2019 et 2023). Plus précisément, la présence en ligne accroît la visibilité des entreprises, réduit les coûts de recherche et facilite la communication entre acheteurs et vendeurs, la distance physique entre ceux-ci étant moins dissuasive en ligne que dans le commerce traditionnel (Hortaçsu *et al.*, 2009; Lendle *et al.*, 2016; Alaveras et Martens, 2015; Fernandes *et al.*, 2019; Carballo *et al.*, 2022).

   De plus, la vente en ligne au niveau national et international peut aider les entreprises à accroître leur productivité et leur compétitivité à l'exportation. Par exemple, les détaillants ayant une présence en ligne peuvent proposer une gamme de produits plus large en évitant les contraintes physiques et les investissements dans les infrastructures, et toucher ainsi un plus grand nombre de consommateurs à moindre coût. Les vendeurs en ligne connaissent une croissance plus rapide de leur activité et sont plus productifs que les entreprises hors ligne.

2. **Le commerce numérique peut améliorer le bien-être des consommateurs de différentes manières.** Le commerce améliore le bien-être des consommateurs en leur permettant d'accéder à une plus grande variété de marchandises et de services. Le commerce numérique va encore plus loin, en élargissant encore davantage le choix des consommateurs. Par exemple, il a été constaté que les achats en ligne permettent aux ménages ruraux d'accéder aux mêmes produits que leurs homologues urbains, ce qui améliore considérablement leurs conditions de vie (Couture *et al.*, 2021). La plate-forme japonaise Rakuten a favorisé la convergence des prix entre les villes et élargi l'offre de produits. Les consommateurs bénéficient ainsi de prix plus bas et moins disparates pour les produits en ligne les plus courants (Jo, Matsumura et Weinstein, 2022).[7]

3. **Il apparaît de plus en plus que le commerce de services livrés numériquement favorise une augmentation des revenus.** Une étude montre qu'une hausse de 1% des exportations de services numériques a entraîné une augmentation du PIB par habitant de 0,78% dans les pays émergents et de 0,34% dans les pays en développement (Mulenga et Mayondi, 2022). Cela donne à penser que le commerce numérique pourrait avoir des retombées positives sur la croissance et constituer un "accélérateur de croissance", à l'instar de l'industrie manufacturière au cours des dernières décennies.

---

7 Voir aussi Goldmanis *et al.*, 2010; Lieber et Syverson, 2012; et Goldfarb et Tucker, 2019. Brynjolfsson, Hu, et Smith (2003) et Quan et Williams (2018) constatent des gains de bien-être significatifs pour les consommateurs grâce à l'accès à une plus grande variété de livres et de chaussures en ligne, respectivement. Plus largement, si l'on considère les avantages globaux, Dolfen *et al.* (2023) estiment que les gains de bien être résultant du commerce numérique pour les consommateurs aux États-Unis ont représenté environ 1% de la consommation annuelle en 2017.

4. **Le commerce de marchandises et de services numériques peut créer des emplois.** Dans le secteur des services, des emplois peuvent être créés à la fois dans les petites entreprises capables de tirer parti du commerce numérique pour augmenter leurs ventes et embaucher des employés, et dans les géants de la technologie bien établis qui ont des clients dans le monde entier (Zhao *et al.*, 2025; Chambre de commerce des États-Unis, 2024). Par exemple, la société mexicaine Softtek, qui propose des solutions basées sur le nuage, les logiciels et les données à des entreprises mondiales de premier plan et à des administrations locales, emploie 15 000 personnes dans la région ALC, tandis que Globant, une société de développement de logiciels basée à Buenos Aires, compte 23 000 employés, principalement dans l'ALC. De plus, les plates-formes de distribution en ligne peuvent favoriser les retombées positives sur les producteurs nationaux, tandis que les vendeurs en ligne axés sur l'exportation, les petits créateurs et les influenceurs, peuvent, lors de l'exportation, passer des contrats avec des fournisseurs locaux.
5. **Le commerce numérique peut favoriser le développement inclusif.** Les réseaux informatiques, tels que les réseaux sociaux, les services de partage de vidéos et les plates-formes de commerce électronique, ont permis à des entreprises qui avaient jusque-là du mal à exporter, comme les microentreprises, d'améliorer leur visibilité auprès des clients étrangers et de recevoir des commandes internationales en ligne (Carballo *et al.*, 2022, CNUCED, 2015; Banque mondiale, 2016; OCDE, 2019). Le numérique permet également aux entreprises dirigées par des femmes d'entrer plus facilement qu'avec les moyens classiques en contact avec des clients locaux et internationaux (SFI, 2021; Nextrade Group, 2022). En permettant aux personnes d'accéder aux marchés au-delà des cadres et des horaires de travail traditionnels, les plates-formes numériques peuvent élargir l'accès au commerce et multiplier les possibilités de revenus, contribuant ainsi à réduire les inégalités entre les genres, en particulier pour les femmes ayant des responsabilités liées à la prestation de soins (Barafani et Barral Verna, 2020).
6. **Les importations de services livrés numériquement, tels que les services aux entreprises, les services de télécommunications ou les services financiers, peuvent accroître la compétitivité des entreprises dans tous les secteurs sur les marchés internationaux.** De nombreuses publications montrent que les importations de services peuvent stimuler les exportations de marchandises des pays.[8] Au niveau des entreprises, des études récentes montrent que les importations numériques de services entraînent également un accroissement du volume des exportations et une amélioration de leur qualité, y compris dans le secteur manufacturier (Zhang *et al.*, 2023).

Bien que présentant des avantages et des opportunités potentielles, le commerce numérique pose également des problèmes. Le fait que les vendeurs du monde entier puissent créer des boutiques en ligne et gagner en visibilité auprès des acheteurs internationaux, ou fournir des services livrés numériquement au-delà des frontières, exerce une nouvelle pression concurrentielle sur les vendeurs de la région de l'ALC. Par exemple, le commerce électronique peut avoir pour effet de réduire la part de marché des détaillants plus petits et moins productifs (Goldmanis *et al.*, 2010). De même, il a été démontré que l'implantation de centres de gestion des commandes par une grande entreprise

8 Par exemple, des données récentes sur des exportateurs belges qui vendent aussi bien des marchandises que des services montrent que la fourniture de services est associée à une hausse des ventes de marchandises (Ariu *et al.*, 2020).

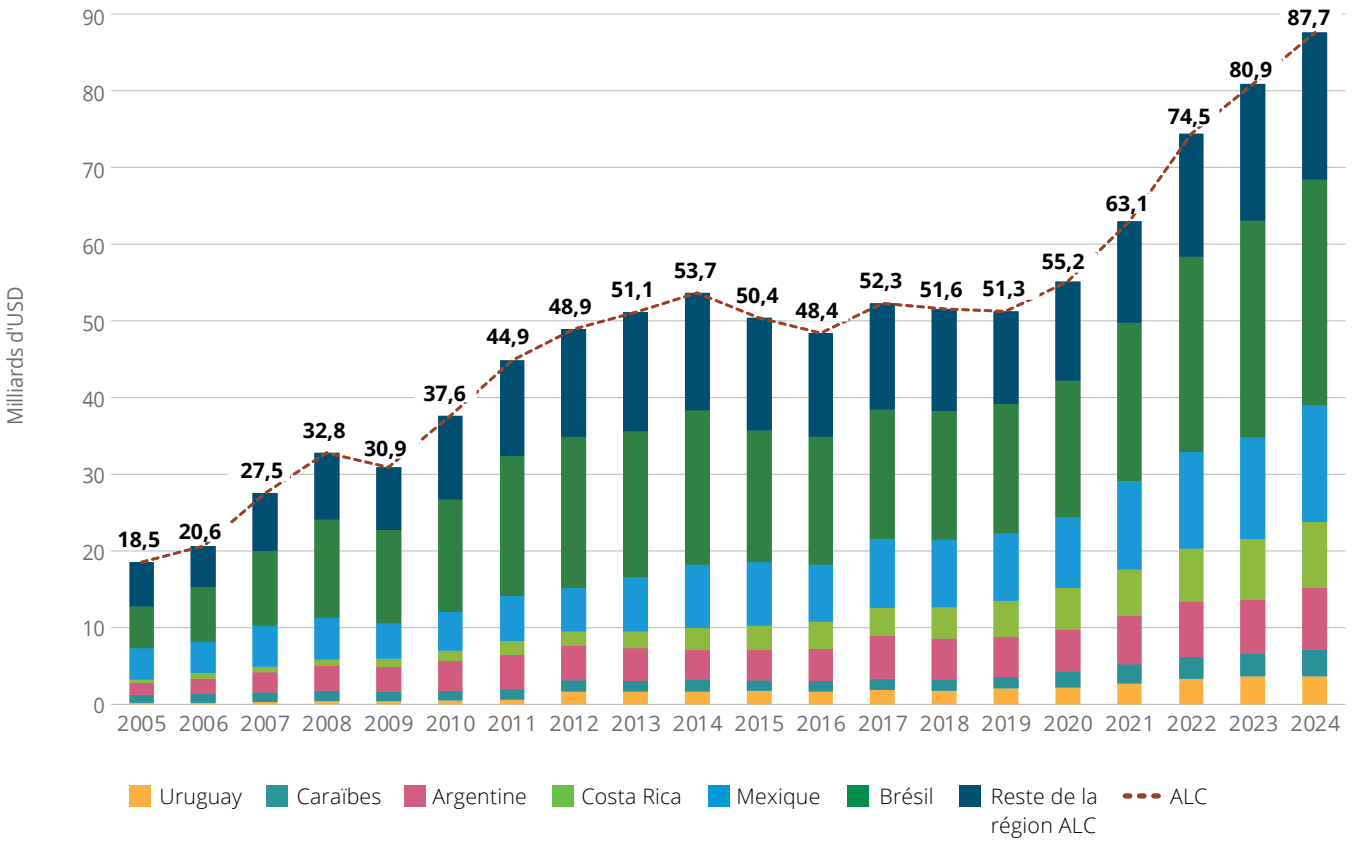
de commerce électronique avait eu un impact négatif sur les revenus des travailleurs du secteur traditionnel dans les comtés voisins, ainsi que sur les ventes et l'emploi des magasins situés à proximité (Chava *et al.*, 2022).

À mesure que le commerce numérique prend de l'ampleur, les décideurs politiques devront mettre en place des mesures complémentaires et bien ciblées qui non seulement favorisent son développement, mais atténuent également les coûts d'ajustement, créent des possibilités d'inclusion et garantissent une large répartition de ses avantages.

Le commerce numérique dans la région de l'Amérique latine et des Caraïbes: Les 20 dernières années

Les exportations de services livrés numériquement de la région ALC ont presque quintuplé entre 2005 et 2024, passant de 18,5 milliards à 87,7 milliards d'USD (figure 1.1). Les principaux exportateurs en 2024 étaient le Brésil (29,4 milliards d'USD), le Mexique (15,2 milliards d'USD), le Costa Rica (8,6 milliards d'USD) et l'Argentine (8 milliards d'USD). D'autres petites économies de l'ALC ont également connu une croissance rapide des exportations de services livrés numériquement depuis 2005, comme la République dominicaine (2 milliards d'USD), le Nicaragua (316 millions d'USD) et le Belize (227 millions d'USD).

FIGURE 1.1. Services livrés numériquement dans les pays de l'ALC, 2005–2024 (milliards d'USD)

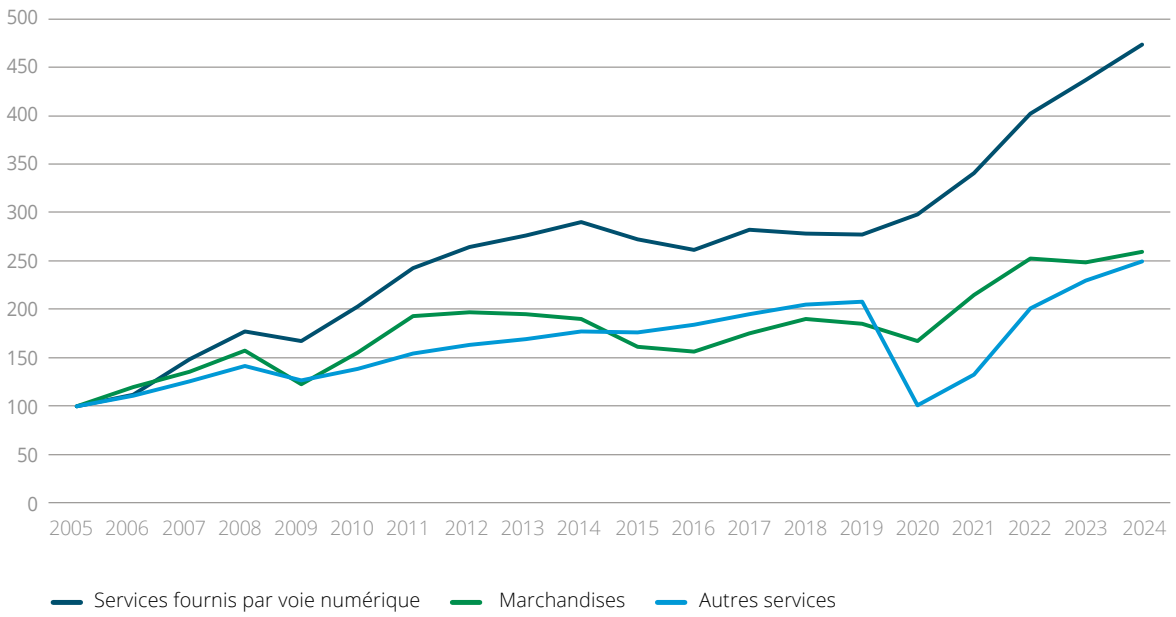


Source: OMC (2024a).

Les services livrés numériquement constituent le segment du commerce de la région ALC qui connaît la croissance la plus rapide

Le commerce des services livrés numériquement a connu une croissance plus rapide que le commerce des marchandises et des autres services. En ALC, les exportations de services livrés numériquement ont progressé à un taux annuel moyen de 9% depuis 2005 (légèrement supérieur à la moyenne mondiale de 8,4%), contre 5% pour les exportations de marchandises de la région au cours de la même période. Un ralentissement notable s'est produit entre 2014 et 2019, sous l'effet principalement de la forte baisse des exportations du Brésil. Au cours de cette période, les exportations de services livrés numériquement du Brésil ont diminué en moyenne de 3% par an, reflétant l'impact de la crise économique et de la dépréciation de la monnaie par rapport au dollar US, avec une lente reprise les années suivantes. Contrairement au commerce de services ou de marchandises traditionnel, le commerce de services livrés numériquement a non seulement résisté au choc de la COVID-19, mais sa croissance s'est encore accélérée après la pandémie (figure 1.2).

FIGURE 1.2. Croissance des exportations de services livrés numériquement, d'autres services et de marchandises de la région ALC, 2005–2024 (%, indice 2005 = 100)



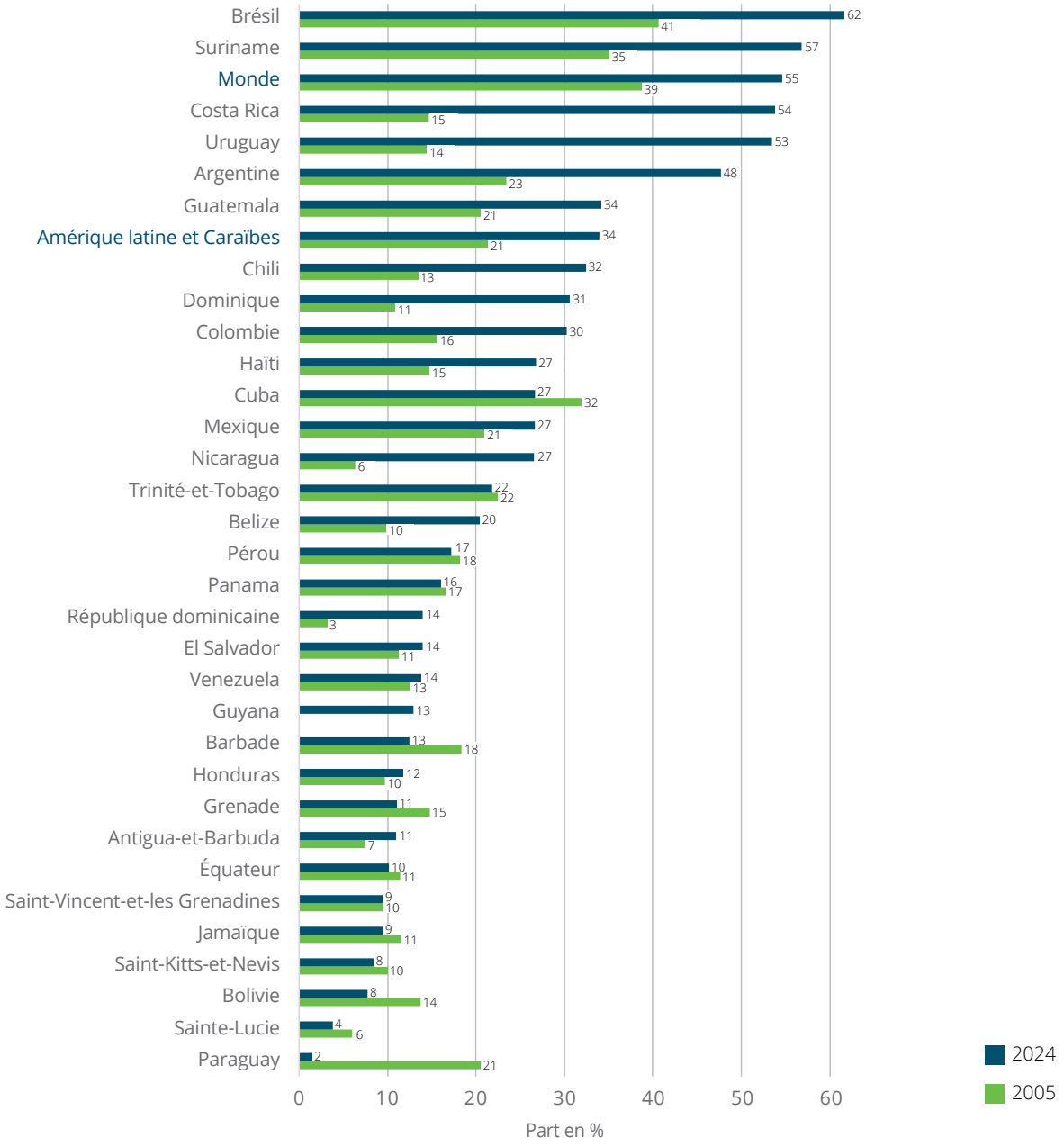
Source: OMC (2024a).
Note: La catégorie "autres services" désigne les services qui ne sont pas livrés numériquement.

Au cours des 20 dernières années, les exportations de services livrés numériquement ont augmenté pour représenter une part beaucoup plus importante des exportations totales de services[9] dans presque

9 Les exportations de services livrés numériquement constituent un sous-ensemble des exportations de services commerciaux (ci-après dénommées "exportations de services"). Il s'agit de tous les services fournis à des non-résidents de l'économie productrice, à l'exception des biens et services des administrations publiques n.c.a., tels que définis dans l'EBOPS 2010.

toutes les économies de l'ALC. La part de la région dans le total des exportations de services est passée de 21,3% en 2005 à 34,0% en 2024, après avoir atteint un pic de 44,4% en 2020, pendant la pandémie de COVID-19. Dans les principaux pays exportateurs, tels que le Brésil, le Costa Rica et le Mexique, ces services ont représenté respectivement 62%, 54% et 27% du total des exportations de services en 2024, principalement grâce aux services fournis aux entreprises. Plus particulièrement, des pays exportateurs, tels que l'Uruguay, l'Argentine et le Suriname ont enregistré des parts nettement plus élevées de ces services qu'en 2005 (respectivement 53%, 48% et 57%), suite à la hausse des exportations de services informatiques et de services fournis aux entreprises (figure 1.3).

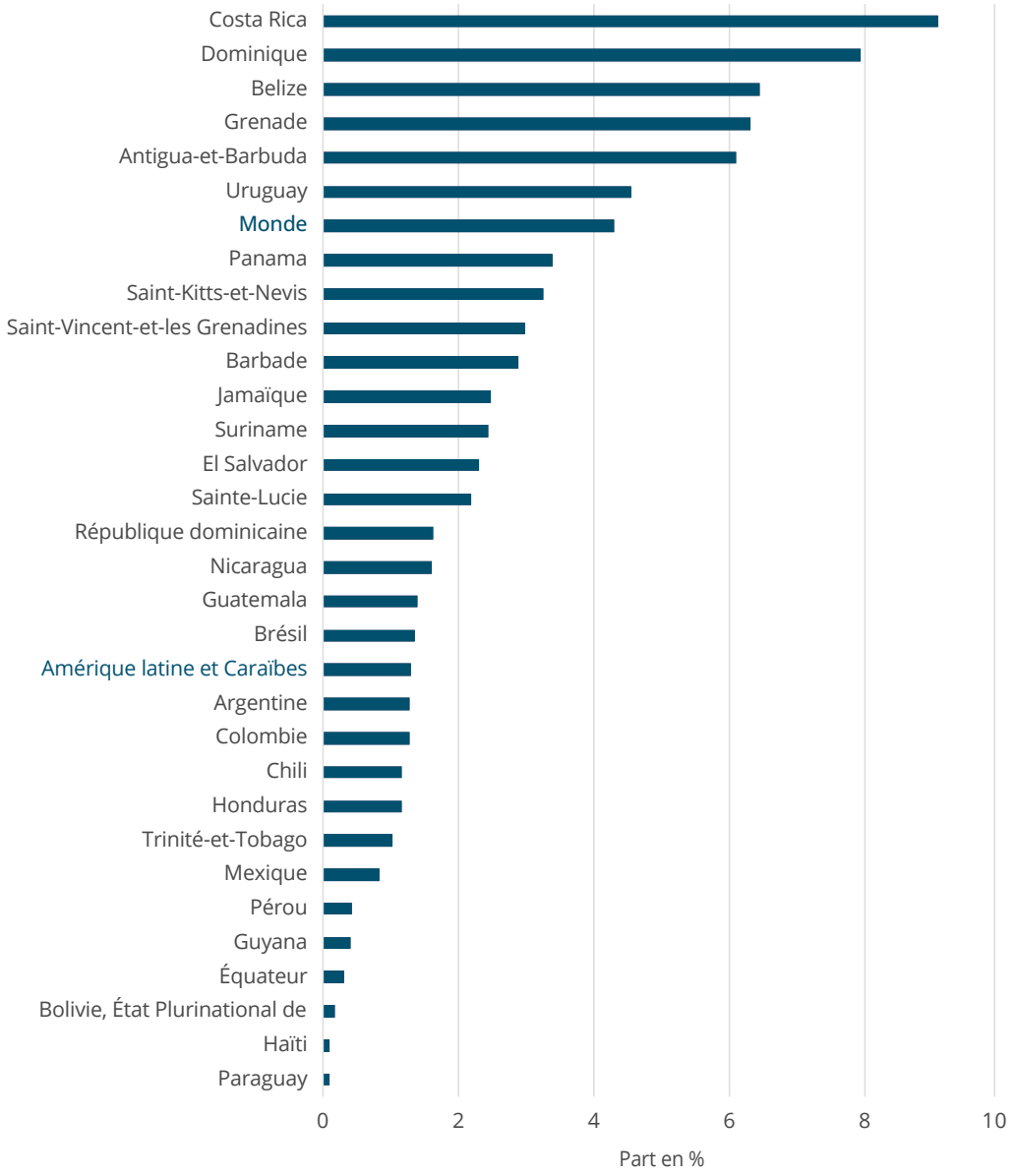
FIGURE 1.3. Part des services livrés numériquement dans les exportations de services, par pays, 2005 et 2024 (parts en %)



Source: OMC (2024a).

Les exportations de services livrés numériquement ne représentent encore qu'une faible part du PIB dans la plupart des pays de l'ALC – 1% ou moins dans de nombreux cas, bien qu'il existe quelques exceptions notables. En 2024, ces exportations représentaient environ 9% du PIB du Costa Rica, 8% de celui de la Dominique et 6% de celui du Belize, de la Grenade et d'Antigua-et-Barbuda (figure 1.4).

FIGURE 1.4. Exportations de services livrés numériquement, par pays, 2024 (% du PIB)



Source: OMC (2024a). Pour les PIB, voir les Indicateurs du développement dans le monde de la Banque mondiale (https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators).

Les nouvelles technologies et les investissements dans les infrastructures offrent une excellente occasion de développer le commerce des services livrables numériquement[10] en ALC. Le numérique améliore la productivité et réduit les coûts du commerce, en particulier en minimisant le besoin d'interactions physiques. Les simulations réalisées jusqu'en 2040 donnent à penser que la croissance des exportations de services livrables numériquement de l'ALC pourrait atteindre 7,9% par an, dont 4,5% attribuables au seul numérique. Ces ventes pourraient alors représenter jusqu'à 8% du commerce total de marchandises et services de la région. Si les résultats varient d'un pays à l'autre, dans certains pays, comme le Costa Rica, l'Uruguay et les pays des Caraïbes, les exportations de services livrables numériquement pourraient représenter plus de 17% des exportations totales. L'encadré 1.2 explore ce potentiel plus en détail, en présentant des scénarios sur l'évolution du commerce des services livrables numériquement dans l'ALC d'ici à 2040.

ENCADRÉ 1.2. Simulations sur les nouvelles technologies et la transition numérique dans la région ALC

Les nouvelles technologies et les investissements dans les infrastructures pourraient aider les pays de l'ALC à renforcer leur participation au commerce des services livrables numériquement. La numérisation contribue à accroître la productivité et à réduire les coûts du commerce, par exemple en limitant le besoin d'interactions en face-à-face. Afin d'évaluer l'impact potentiel de ces tendances, le présent rapport examine trois scénarios qui intègrent i) une augmentation additionnelle de la productivité grâce à l'intelligence artificielle (IA), ii) une réduction des coûts du commerce du fait d'une utilisation accrue des technologies numériques ou à de leur amélioration, et iii) une diminution du besoin d'interactions en face à face. L'analyse est menée à l'aide de deux scénarios de modélisation – un scénario de base et un scénario de convergence – qui tiennent tous deux compte des tendances de la numérisation par rapport à un scénario de référence "statu quo".[11] Le scénario de base part du principe que tous les pays subissent le même impact de la numérisation, tandis que le scénario de convergence intègre un environnement politique amélioré dans les pays en phase de rattrapage, ce qui conduit à des gains de productivité projetés plus importants et à des réductions plus marquées des coûts du commerce.

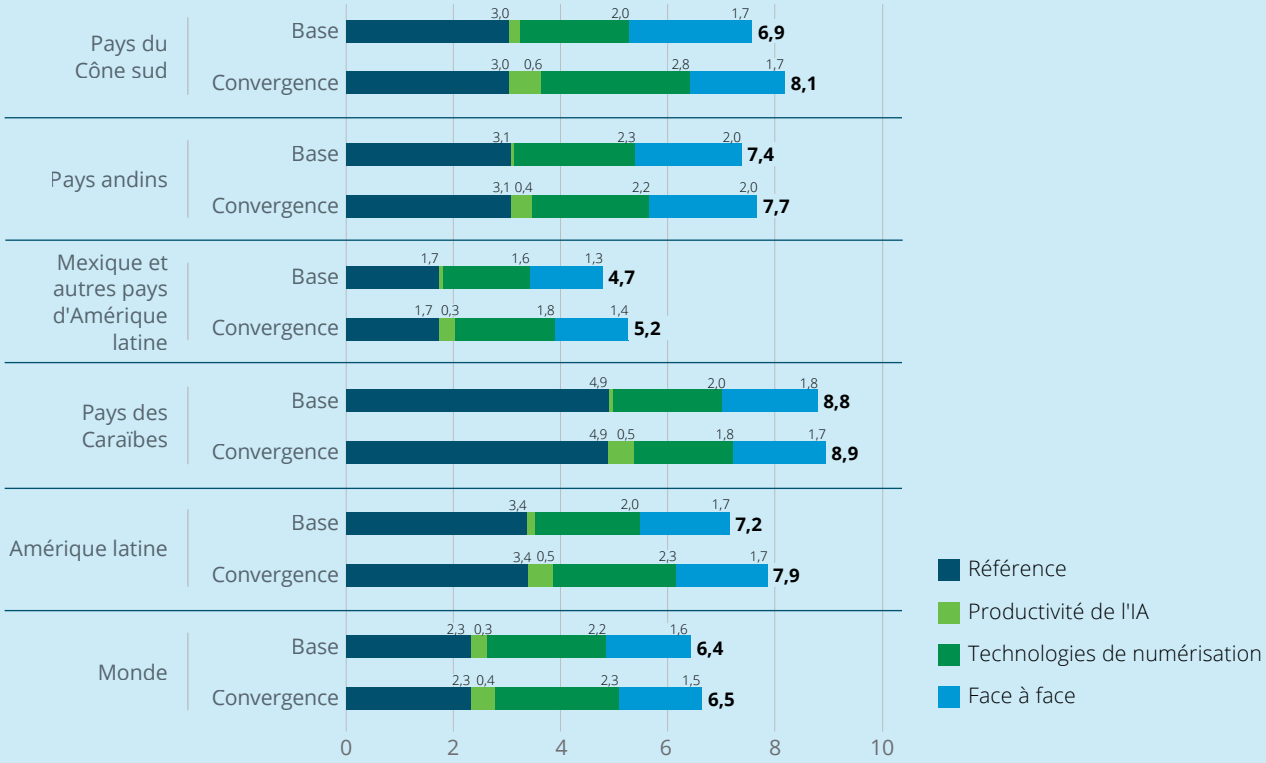
Dans l'ensemble, nos projections indiquent que les exportations de services livrables numériquement effectuées par l'ALC pourraient augmenter jusqu'à 7,9% en moyenne par an (figure A), le numérique contribuant à hauteur de 4,5% (1,7% pour les interactions en face-à-face; 2,3% pour les technologies numériques; et 0,5% pour la productivité de l'IA). Dans le scénario de référence, c'est dans les pays des Caraïbes que la croissance des exportations de services livrables numériquement est la plus forte (4,9% par an). L'ALC tire davantage profit de la numérisation dans le scénario de convergence que dans le scénario de base, les gains additionnels les plus

10 Contrairement au commerce des services livrés numériquement (voir encadré 1.1).

11 Le scénario de référence décrit la trajectoire de l'économie mondiale jusqu'en 2040 sans tenir compte de l'évolution du numérique et des nouvelles technologies. Pour plus de détails, voir Bekkers *et al.* (2025) et OMC (2024).

importants étant observés dans les pays du Cône Sud (+8,1% par an au lieu de +6,9%) ainsi qu'au Mexique et dans le reste de l'Amérique latine (+5,2% par an au lieu de +4,7%). De plus, la figure A montre que la plus forte augmentation prévue, tant dans le scénario de base que dans le scénario de convergence, résulte des progrès réalisés dans les technologies du numérique. En moyenne, l'ALC devrait connaître une croissance plus forte que la moyenne mondiale dans le domaine des services livrables numériquement: dans le scénario de convergence, le taux de croissance prévu pour la région est de 7,9%, contre une moyenne mondiale de 6,5%.

FIGURE A. Taux de croissance annuel projeté des exportations de services livrables numériquement, 2023–2040 (%)



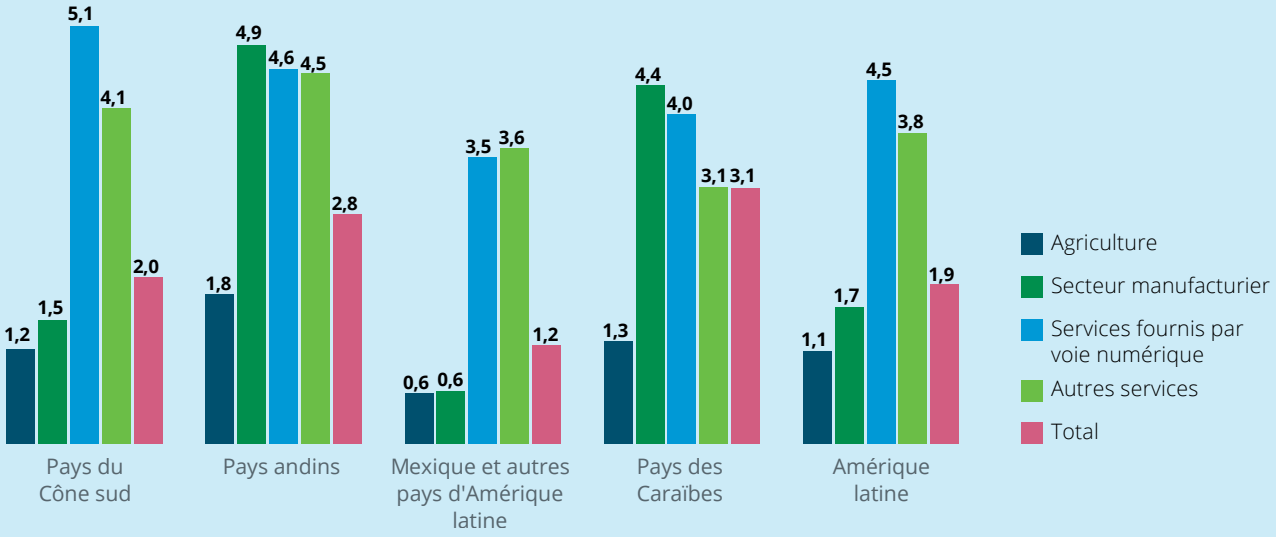
Note: La figure montre la croissance annuelle prévue des exportations réelles des régions d'Amérique latine et des Caraïbes en ce qui concerne les services livrables numériquement (assurance, finance, communication, autres services fournis aux entreprises, éducation et services de santé) entre 2023 et 2040, selon l'impact des technologies numériques retenu.

Source: Simulations réalisées à l'aide du Modèle du commerce mondial de l'OMC.

La figure B présente les prévisions de croissance annuelle additionnelle (écart par rapport au scénario de référence) dans les différentes régions de l'ALC pour l'ensemble des secteurs. Elle montre clairement que, dans certaines régions, comme les pays du Cône sud, ce sont les services livrables numériquement qui devraient tirer le plus grand profit du numérique en termes de croissance additionnelle des exportations. Dans d'autres régions, comme les pays andins, la plus forte croissance additionnelle devrait concerner le secteur manufacturier, en raison de

sa faible part initiale dans les exportations, ce qui laisse entrevoir un potentiel d'expansion. Toutefois, pour l'ensemble de l'ALC, ce sont les services livrables numériquement qui devraient connaître la plus forte croissance, suivis par les autres services.

FIGURE B. Taux de croissance annuel projeté des exportations des régions d'Amérique latine entre 2023 et 2040 (%)



Note: La figure présente la croissance annuelle prévue des exportations réelles pour les régions de l'ALC (écart par rapport au scénario de référence) dans le cadre du scénario de convergence, pour différents secteurs, de 2023 à 2040.

Source: Simulations réalisées à l'aide du Modèle du commerce mondial de l'OMC.

Compte tenu de la croissance rapide des exportations de services livrables numériquement, nos projections indiquent qu'elles pourraient représenter jusqu'à 8% du commerce total de marchandises et services dans la région ALC. Plus précisément, la part des exportations de services livrables numériquement dans les pays andins en 2040 devrait être plus de deux fois plus élevée dans le scénario de convergence que dans le scénario de référence (respectivement 5,1% et 2,5%). Dans le scénario de convergence, les pays qui devraient détenir la plus grande part des services livrables numériquement dans le total des exportations en 2040 sont le Costa Rica (21,8%), l'Uruguay (17,6%) et les pays des Caraïbes (17,8%). Ces résultats montrent que le développement technologique inverse la tendance négative du scénario de référence, qui prévoit une diminution de la part des services livrables numériquement dans les exportations pour la plupart des pays de l'ALC. Cela souligne une nouvelle fois l'importance des réformes politiques et des investissements dans les infrastructures numériques.

Source: Bekkers *et al.* (2025).

Les avancées technologiques, en particulier l'IA, peuvent également jouer un rôle clé dans l'expansion du commerce numérique en ALC. L'IA peut optimiser la logistique, améliorer la gestion des stocks et faciliter les procédures douanières, réduisant ainsi les coûts du commerce liés aux marchandises commandées numériquement. Elle peut également stimuler la croissance du commerce des services livrés numériquement, notamment en augmentant la demande de services de soutien tels que l'informatique en nuage et le traitement des données, qui sont souvent fournis de manière transfrontières, et en rendant les services axés sur l'information plus faciles à échanger à travers les frontières. Néanmoins, la concrétisation des avantages de l'IA dépend de la capacité des pays à traiter les données et à développer les compétences techniques (voir l'encadré 1.3).

ENCADRÉ 1.3. Intelligence artificielle et commerce numérique

L'intelligence artificielle (IA), une technologie polyvalente définie par l'OCDE comme "un système automatisé qui, pour des objectifs explicites ou implicites, déduit, à partir d'entrées reçues, comment générer des résultats en sortie tels que des prévisions, des contenus, des recommandations ou des décisions qui peuvent influer sur des environnements physiques ou virtuels" (OCDE, 2024a). L'IA a des effets économiques et sociétaux de grande envergure, et son omniprésence influe également sur le commerce de produits commandés et livrés numériquement (voir la définition du commerce numérique dans l'encadré 1.1); elle devrait avoir un impact particulièrement important sur ce dernier.

En ce qui concerne le commerce de marchandises commandées numériquement, l'IA peut être utilisée pour réduire les coûts associés au transport et à la logistique, à la gestion de la chaîne d'approvisionnement et à la mise en conformité avec la réglementation (OMC, 2024a). Par exemple, elle peut aider à optimiser les itinéraires de transport et l'utilisation des entrepôts, à améliorer la gestion des stocks et la prévision de la demande, à faciliter l'automatisation des processus douaniers et à accroître la facilité et la rapidité des formalités à la frontière. Les technologies d'IA peuvent également améliorer la précision et l'efficacité de la classification des produits, une fonction essentielle à l'efficacité des politiques commerciales et au recouvrement des droits. Les grands modèles linguistiques (GML) permettent d'automatiser la classification des produits à partir de descriptions sous forme de texte. Par rapport aux approches traditionnelles d'apprentissage automatique, les GML affichent de solides résultats sur l'ensemble des données, avec des précisions rapportées de 60% à 90% selon le niveau d'agrégation. Cette capacité peut faciliter les procédures douanières, réduire les coûts liés aux erreurs de classification et accélérer l'attribution des lignes tarifaires pour le commerce électronique transfrontières (Marra de Artiñano *et al.*, 2023). L'adoption de l'IA contribue également à surmonter les barrières linguistiques et à réduire au minimum les coûts de recherche et d'appariement auxquels sont confrontés les négociants internationaux, ce qui est particulièrement bénéfique pour le commerce des services commandés numériquement.

Les retombées de l'IA sur le commerce des services livrés numériquement seront probablement encore plus importantes. Tout d'abord, les modèles d'IA sont, à la base, des logiciels, même s'il s'agit d'un type de logiciel spécialisé. Dans la mesure où les logiciels sont considérés comme des services (les Membres de l'OMC ont des avis divergents sur la question de savoir si un logiciel est un service ou une marchandise lorsqu'il n'est pas commercialisé par l'intermédiaire d'un support matériel), la fourniture transfrontières d'un GML ou d'un robot conversationnel fondé sur l'IA reposant sur un GML stimule, en soi, le commerce des services livrés numériquement. Ce "commerce de services d'IA" devrait également s'intensifier: en tant que technologie polyvalente, l'IA sera intégrée dans un nombre croissant de produits, allant des véhicules autonomes aux soins de santé en passant par la gestion des récoltes, ce qui renforcera encore sa demande et son commerce.

Deuxièmement, le déploiement de l'IA devrait d'accroître le commerce livré numériquement d'une série de services "fondés sur l'IA". Les énormes quantités de données et le traitement des données nécessaires pour faire fonctionner les modèles d'IA augmentent déjà la demande de services de télécommunication et d'informatique, tels que les services d'informatique en nuage, de stockage ou de traitement des données, dont beaucoup font l'objet d'un commerce transfrontières et sont livrés numériquement. Les services qui soutiennent le déploiement, l'expansion et l'optimisation de l'IA elle-même, tels que les services de saisie de données, d'étiquetage et d'annotation ou les services de détection de l'IA, qui sont également souvent fournis à distance par des moyens électroniques, constituent un autre domaine de croissance (OMC, 2024b). L'accès à ces services sera un facteur déterminant de la productivité et de la compétitivité et, pour la plupart des pays, il sera nécessaire d'importer des quantités importantes de services livrés numériquement.

Enfin, l'IA contribue à la production d'une gamme croissante de services, couvrant des secteurs aussi variés que la traduction, les services juridiques et les services de notation de crédit. Les secteurs caractérisés par des tâches cognitives, routinières et axées sur l'information semblent particulièrement adaptés à l'automatisation par l'IA. Comme ces services peuvent être fournis sous forme de flux de données numérisées, on peut s'attendre à ce que l'IA les rende encore plus facilement échangeables à distance, stimulant ainsi le commerce numérique. Toutefois, il est également possible que la fourniture de certains services fondés sur l'IA se fasse de plus en plus au niveau national. Comme les modèles d'IA peuvent être plus efficaces lorsqu'ils sont formés sur des données locales et exclusives qui tiennent mieux compte des caractéristiques spécifiques du pays, le déploiement de l'IA peut encourager la production nationale de services personnalisés et adaptés au contexte. Cependant, pour que cela se concrétise, il faut une "capacité d'absorption", notamment en termes de capacités de traitement des données et de compétences techniques, qui n'est actuellement pas très répandue, en particulier dans les pays en développement (OMC, 2025).

Les économies de l'ALC promeuvent le commerce numérique en encourageant les fournisseurs locaux et leurs exportations. Par exemple, El Salvador s'est concentré sur la promotion des entreprises locales de logiciels axées sur l'exportation grâce au développement des infrastructures et des talents,

ainsi qu'à un réseau d'incubateurs et d'accélérateurs et la tenue d'événements internationaux. En Argentine, le Córdoba Cluster, qui a commencé par fournir des solutions numériques aux industries manufacturières, est devenu un pôle de développement de logiciels axé sur l'exportation, avec plus de 1 100 entreprises et 29 000 travailleurs.[12] De nombreuses économies des Caraïbes ont développé des pôles importants de secteurs créatifs axés sur l'exportation (musique, vidéo, animation cinématographique et design) (encadré 1.4).

ENCADRÉ 1.4. La progression des industries créatives en ALC

Les industries créatives se sont développées en ALC grâce au numérique. Elles englobent la musique, les films, les images et les peintures, les jeux vidéo, l'animation, le design, les services de conception graphique, etc. Les industries créatives représentent plus de 2% du PIB de l'ALC et emploient environ 1,9 million de personnes. Elles sont un moteur de croissance dans de nombreuses économies des Caraïbes, représentant par exemple 6% du PIB de la Jamaïque (Watson *et al.*, 2021).

Le secteur créatif de l'ALC repose sur les exportations. Par exemple, l'Argentine, le Brésil, la Colombie et le Costa Rica sont devenus des acteurs importants dans le secteur mondial des jeux vidéo pour des entreprises telles que Nintendo, Sony, Microsoft et Apple. Les entreprises de ces quatre pays interviennent dans la conception des personnages et des environnements, la modélisation, la programmation, les effets spéciaux, la conception sonore, le contrôle qualité linguistique, la réalité augmentée et virtuelle, ainsi que la personnalisation des contenus destinés aux publics hispanophone et lusophone (Chulis, 2012).

La plupart des entreprises du secteur créatif de l'ALC sont de très petite taille. Une enquête chilienne réalisée en 2020 auprès de 450 entreprises créatives indique que 50% d'entre elles ont un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions de pesos (environ 9 940 USD); 20% supplémentaires gagnent entre 11 et 30 millions de pesos par an (ProChile, 2022). Bien que les résultats de l'enquête doivent être considérés avec prudence, car les échantillons peuvent présenter certains biais de sélection, les données indiquent que jusqu'à 66% des entreprises interrogées étaient actives à l'exportation. Pour la moitié d'entre elles, les exportations représentaient plus de 10% du chiffre d'affaires (ProChile, 2022). Les principaux marchés d'exportation étaient les États-Unis (32% des exportations totales), le Mexique (14%), l'Espagne (10%), l'Allemagne (6%) et l'Argentine (6%). Il semblerait que les marchés asiatiques comme la Chine soient des cibles importantes pour l'avenir.

Pour ce qui est des défis auxquels sont confrontées les entreprises chiliennes du secteur créatif en matière d'exportation, environ la moitié des répondants considèrent que l'accès

12 Voir: https://cordobacluster.com/en/que-es-el-cluster.

au financement pour la promotion internationale de leurs produits constitue le principal obstacle, suivi par le financement de la production et du développement, ainsi que l'accès à des partenaires internationaux. Les entreprises ont particulièrement besoin de financement et de soutien, d'informations sur les marchés et d'activités promotionnelles. Environ 41% des entreprises interrogées ont déclaré avoir bénéficié d'un tel soutien de la part de ProChile pour participer à des foires internationales et à des missions commerciales et pour évaluer leur potentiel d'exportation, tandis que 35% ont eu recours au programme de fonds compétitifs de ProChile, qui dispose d'une ligne dédiée aux industries culturelles et créatives.

De même, selon une étude réalisée en 2022 en Jamaïque, 81% des entreprises des secteurs du cinéma, de l'animation et de la musique ont déclaré avoir des activités d'exportation, représentant pour la plupart jusqu'à 30% de leurs revenus (Watson *et al.*, 2021). Le mode d'exportation le plus courant est la vente en ligne, selon 78% des répondants du secteur de l'animation, 53% des répondants du secteur cinématographique et 27% des répondants du secteur musical. En deuxième position vient la livraison aux touristes ou aux visiteurs, utilisée par 47% des répondants dans l'industrie cinématographique, 10% dans se secteur de l'animation et 32% dans le secteur de la musique.

Tout comme au Chili, l'enquête menée en Jamaïque a souligné l'importance du marché nord-américain, qui était un objectif d'exportation pour 69% des répondants. Parallèlement, 48% ont déclaré exporter leurs services vers le Royaume-Uni et l'Europe, et 18% ont dit exporter vers les Caraïbes. Contrairement au Chili, les répondants jamaïcains étaient peu informés du soutien apporté par les pouvoirs publics aux exportateurs du secteur créatif: 68% ayant déclaré ne pas avoir accès aux incitations ou initiatives mises en place. Cependant, 14% ont bénéficié d'exonérations de droits de douane, 3% d'allègements de l'impôt sur le revenu et 2% de crédits d'impôt à la production.

Les économies de l'ALC ont également favorisé le commerce numérique en attirant les investissements étrangers directs (IED) dans des secteurs particulièrement adaptés à ce type de commerce. Grâce aux IED, les entreprises qui ont un modèle de livraison par voie numérique – par exemple, les centres de services qui proposent aux entreprises et aux clients étrangers des services d'assistance téléphonique, des activités de soutien administratif et des services d'analyse de données – établissent une présence commerciale dans le pays d'accueil[13], y apportant leur modèle commercial, leur technologie et leurs connaissances. En ALC, les IED ont été plus importants dans les secteurs des services livrés numériquement, même s'il existe également un potentiel pour attirer des IED liés au commerce de produits commandés numériquement.

13 Lorsque les IED sont réalisés les secteurs des services, ils relèvent du commerce des services au titre du mode 3 de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS), à savoir l'établissement d'une présence commerciale.

Les flux d'IED entrants dans les sous-secteurs de services dotés d'un modèle de livraison numérique solide ont considérablement augmenté en ALC depuis la COVID-19, avec en moyenne 3 408 millions d'USD entre 2010 et 2014, 3 787 millions entre 2015 et 2020, et 10 853 millions entre 2021 et 2024.[14] De même, la part de l'IED dans ces mêmes sous-secteurs des services par rapport à l'IED total est passée de 3,5% entre 2010 et 2014 à 9,0% entre 2021 et 2024. Le traitement et l'hébergement des données, ainsi que les services connexes, sont particulièrement dynamiques dans ce domaine, représentant 67,2% des flux d'IED entre 2010 et 2024.[15] Ce type d'IED est particulièrement pertinent pour les Caraïbes et les petits pays; il représentait 13,2% des flux d'IED en Jamaïque et entre 9% et 12% à la Barbade, au Paraguay, en Colombie, au Costa Rica et au Belize au cours de la période considérée.

La croissance multipliée par 20 des exportations de services livrés numériquement du Costa Rica au cours des 20 dernières années est particulièrement remarquable: elle a été alimentée par sa capacité à attirer des entreprises internationales de haute technologie (encadré 1.5) (Alvarado, 2019). De même, la Jamaïque s'est imposée comme une plaque tournante de premier plan pour l'externalisation des processus métier (BPO) dans les Caraïbes. La proximité des marchés nord-américains, une main-d'œuvre anglophone évolutive et la compétitivité des coûts ont favorisé ce développement, principalement grâce aux IED.[16]

ENCADRÉ 1.5. L'essor des exportations de services livrés numériquement au Costa Rica

Le Costa Rica a enregistré une croissance remarquable de ses exportations de services livrés numériquement, qui ont été multipliées par 20, passant de 464 millions D'USD à plus de 8,6 milliards d'USD entre 2005 et 2024. Ces exportations occupent désormais une place centrale dans le profil commercial du Costa Rica, passant de 15% à 54% du total des exportations de services au cours de cette période, et de seulement 2% à 9% du PIB, soit la part la plus élevée de la région ALC. Cette croissance a valu au Costa Rica la 10ème place selon l'indice mondial 2024 de l'innovation pour les exportations de services liés aux TIC (Marcasur, 2024).

14 Les sous-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.

15 Calculs effectués par le personnel de la Banque mondiale à partir des données de fDi Markets. Les calculs sont basés sur le nombre (ou les dépenses d'investissement) des projets nouveaux annoncés. Les données ne constituent pas des données officielles sur les IED et ne sont pas exhaustives.

16 Parmi les premiers investisseurs figuraient Xerox, Teleperformance, Hinduja Global Solutions, Alorica et Sutherland Global Services. Ce secteur est particulièrement important pour l'emploi des femmes; selon la Global Services Association of Jamaica, les femmes représentent environ 60% des employés (SFI et Groupe de la Banque mondiale, 2022).

Cet essor est en partie dû au fait que le Costa Rica a su attirer des prestataires de services de pointe (Carballo *et al.*, 2021). Amazon a ouvert son premier centre de service à la clientèle au Costa Rica en octobre 2008. Depuis, Amazon Web Services a réalisé plusieurs investissements au Costa Rica; en 2021, l'entreprise employait plus de 15 000 personnes pour fournir un soutien en ressources humaines pour les opérations d'Amazon aux États-Unis, en Europe et en Amérique latine; les activités liées à l'expérience client au Mexique et au Brésil; et les opérations en rapport avec l'informatique en nuage à l'échelle mondiale (Cantu, 2023). Des investissements liés au numérique ont ensuite été réalisés par Sykes (BPO basé aux États-Unis), IBM et Citibank (Alvarado, 2019). En 2022, Microsoft a commencé son transfert dans son siège social le plus grand et le plus moderne d'Amérique latine, un centre technologique situé à San José, afin de regrouper ses activités de vente, de service à la clientèle et d'exploitation (CINDE, 2022).

Le Costa Rica dispose d'un écosystème dynamique de start-ups et d'entreprises locales spécialisées dans les technologies qui exportent des services numériques dans le monde entier. Par exemple, il accueille déjà 90 multinationales spécialisées dans les technologies médicales, et il est bien placé pour tirer parti des possibilités offertes par la délocalisation de proximité en tant que pôle d'innovation dans le domaine des technologies médicales et pharmaceutiques (Colantuoni, 2023; Central Law, 2024). Il abrite également Fair Play Labs, un important studio de développement de jeux vidéo spécialisé dans la création d'expériences de jeu attrayantes et innovantes. Fondée en 2004, l'entreprise a collaboré avec des géants du secteur, contribuant à des projets pour des plates-formes telles que Nintendo et PlayStation.[17] AUne autre entreprise, DNAMIC, fournit des services de transformation numérique, et se spécialise dans le développement de logiciels, l'assurance qualité, les tests de logiciels et la production numérique pour de grandes entreprises telles que Warner Music Group, Discovery Channel et Droga5.[18]

La région ALC ne représente encore qu'une fraction des exportations mondiales de services livrés numériquement, mais le potentiel de croissance est important

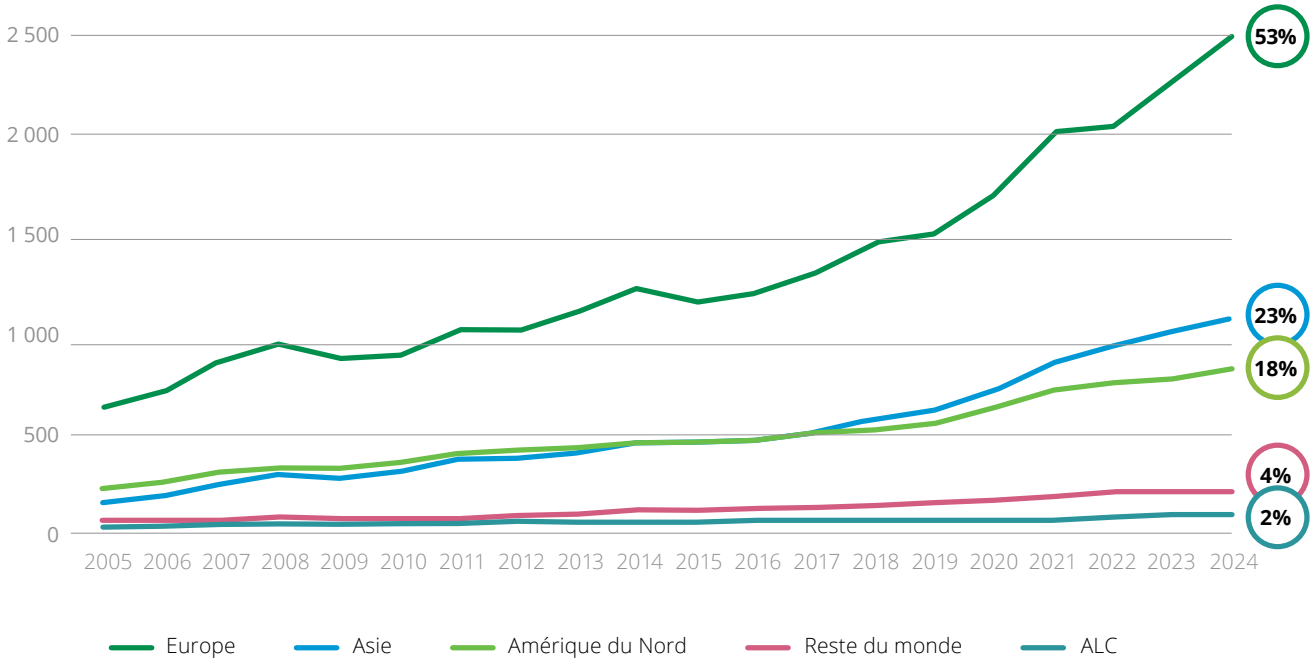
Malgré une croissance soutenue au cours des dernières décennies, les exportations de services livrés numériquement de l'ALC ne représentaient encore que 2% du commerce mondial en 2024. Cette part est bien inférieure à celle de la région dans les exportations mondiales de marchandises (plus de 6,4%) et dans les exportations mondiales de services (2,9%).

La part de l'ALC dans le commerce mondial des services livrés numériquement est inférieure à celle d'autres régions telles que l'Europe, l'Asie et l'Amérique du Nord (voir la figure 1.5), qui détenaient respectivement 53%, 23% et 18% de ce marché en 2024. Ces tendances et structures donnent à penser qu'il existe une marge considérable d'amélioration et d'expansion de cette composante dynamique du commerce dans la région.

17 Voir: https://fairplaylabs.com/about-us.

18 Voir: https://www.goodfirms.co/company/dnamic.

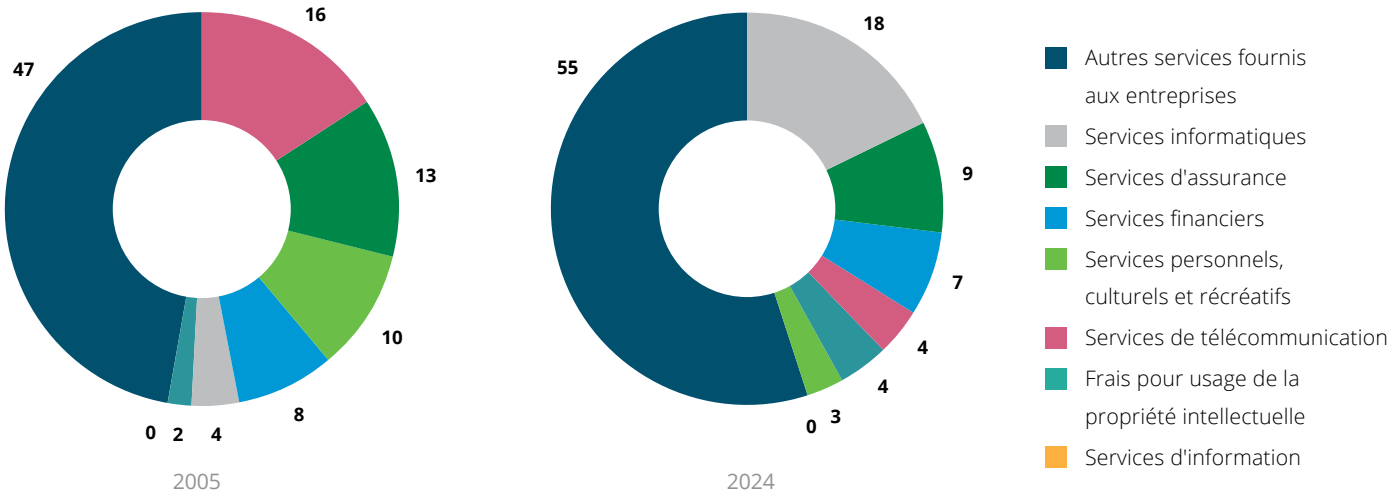
FIGURE 1.5. Exportations de services livrés numériquement par région, 2005–2024 (milliards d'USD et parts en %)



Source: OMC (2024a).

Les moteurs de la croissance des exportations de services livrés numériquement dans la région ALC comprennent les services aux entreprises (services de R&D, services professionnels et services de conseil en gestion, services techniques, services liés au commerce et services audiovisuels) ainsi que les services informatiques (services de conseil liés à l'installation de matériel informatique, services de réalisation de logiciels, services de traitement de données et services de bases de données). La part des services fournis aux entreprises dans le total des exportations de services numériques de l'ALC est passée de 47% en 2005 à 55% en 2024, tandis que celle des services informatiques est passée de 4% en 2005 à 18% en 2024 (figure 1.6). Cela tient à la fois à l'offre et à la demande: les capacités croissantes de la région en matière de services à forte intensité de connaissances et la "servicification" des secteurs manufacturier, agricole et minier axés sur l'exportation. Parallèlement, la part des services de télécommunication et des services personnels, culturels et récréatifs livrés numériquement dans le panier des exportations de services de la région a considérablement diminué.

FIGURE 1.6. Structure des exportations de services livrés numériquement de l'ALC, 2005 et 2024 (parts en %)



Source: OMC (2024a).

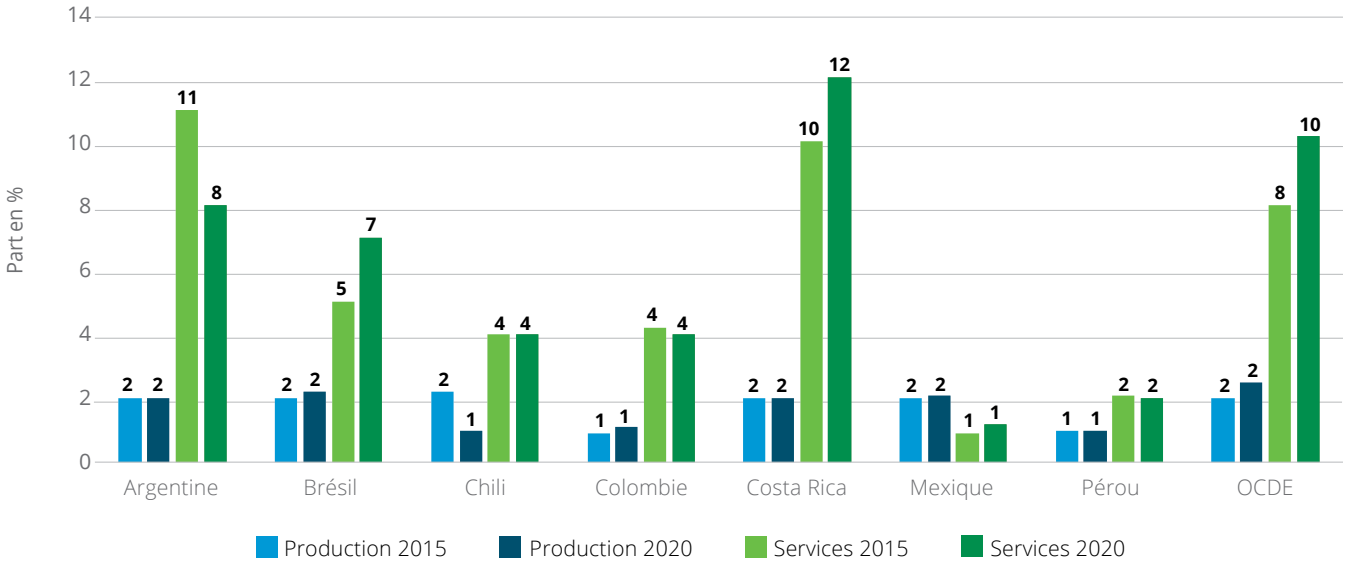
La composition des exportations de services livrés numériquement varie toutefois considérablement d'une économie à l'autre de l'ALC. Par exemple, les exportations de services livrés numériquement du Brésil, du Chili, de la Colombie, d'El Salvador, du Guatemala et de l'Uruguay sont diversifiées, tandis que celles des Bahamas et du Suriname sont fortement concentrées dans les autres services aux entreprises, et celles du Nicaragua dans les services de télécommunication.

Les exportations par voie numérique de services commencent souvent par des exportations indirectes

Les économies de l'ALC ne se contentent pas d'exporter directement des services par voie numérique; elles utilisent également ces services comme intrants dans les exportations de marchandises et d'autres services, les exportant ainsi de manière indirecte. La part de la valeur ajoutée du secteur de l'information et de la communication (meilleure approximation des services livrés numériquement dans la base de données sur les échanges en valeur ajoutée de l'OCDE) dans les exportations brutes totales des produits manufacturés de l'ALC n'est que de 2%, mais elle atteint 12% pour les exportations du Costa Rica et 8% pour celles de l'Argentine. Ces niveaux sont comparables à ceux des pays de l'OCDE (figure 1.7). L'exemple de l'industrie automobile mexicaine est à cet égard parlant: l'utilisation croissante des services liés aux technologies de l'information et de la communication dans la production – tels que la réalité virtuelle pour la formation, les jumeaux numériques pour les nouveaux concepts de produits et les nouveaux processus, et l'IA pour la maintenance préventive – a amélioré la qualité de la production, réduit les défauts et permis de réaliser d'importantes économies. En Argentine, au Brésil et au Chili, les services fournis par des entreprises innovantes dans le domaine des technologies agricoles ("agriculture numérique") ont permis une amélioration de la productivité agricole et des chaînes logistiques (Puntel *et al.*, 2022; Vitón *et al.*, 2019; Achard, 2024; Seraphim, 2024).

Dans la plupart des pays de l'ALC, la valeur ajoutée des services liés aux TIC provient principalement des services nationaux. En ce sens, les prestataires fournissant ces services peuvent être considérés comme des exportateurs indirects qui, en s'intégrant dans les chaînes de valeur des exportateurs de l'ALC, peuvent profiter des retombées positives du commerce. En répondant aux prescriptions rigoureuses en vigueur et en gagnant en envergure, les exportateurs indirects peuvent se positionner favorablement pour devenir des exportateurs directs.[19] Comme le montre la figure 1.7, la part des services liés aux TIC dans la valeur ajoutée des exportations brutes de produits manufacturés de l'ALC reste faible, même si, en Argentine et au Costa Rica, ils représentent environ un dixième de la valeur ajoutée des exportations brutes de services.

FIGURE 1.7. Part de la valeur ajoutée du secteur de l'information et de la communication dans les exportations brutes de produits manufacturés et de services de l'ALC (%)



Source: Base de données sur les échanges en valeur ajoutée de l'OCDE (TiVA).

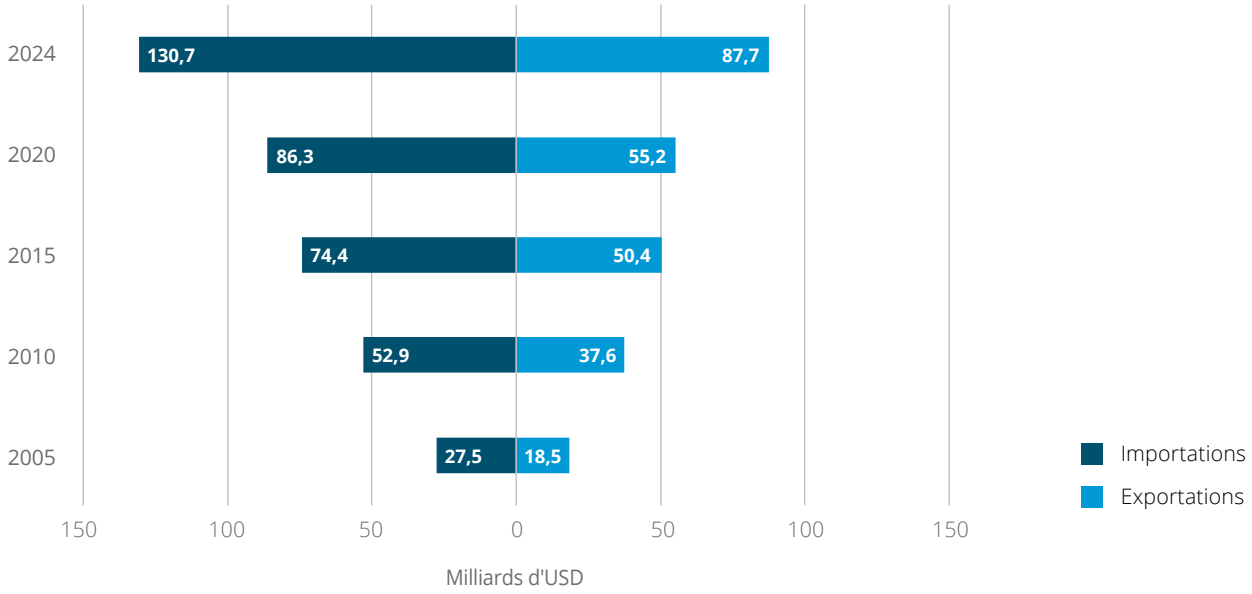
Les importations de services livrés numériquement effectuées par l'ALC sont en progression

Les importations de services livrés numériquement dans les économies de l'ALC ont également plus que quadruplé, passant de 27,5 milliards d'USD en 2005 à 130,7 milliards d'USD en 2024 (figure 1.8). Les principaux importateurs sont le Brésil (44,8 milliards d'USD d'importations de services numériques en 2024), le Mexique (29,2 milliards d'USD), l'Argentine (8,9 milliards d'USD) et le Chili (8,9 milliards d'USD).

19 Pour des données concernant le Japon, voir Saito et Ito (2019).

Ces quatre pays sont des importateurs nets de services livrés numériquement et ils affichent les déficits commerciaux les plus élevés de la région. Les importations du Brésil dépassent ses exportations de 15,3 milliards d'USD, tandis que le Mexique a enregistré un déficit commercial de 14 milliards d'USD en 2024. Le Costa Rica et le Panama sont deux des six économies seulement de l'ALC à avoir enregistré des excédents dans le commerce des services livrés numériquement en 2024, équivalant respectivement à 5,1 milliards et 1,2 milliard d'USD.

FIGURE 1.8. Balance commerciale de l'ALC pour les services livrés numériquement, 2005–2024 (milliards d'USD)



Source: OMC (2024a).

Les importations de services livrés numériquement se sont diversifiées au fil des ans, mais, là encore, il y a des variations importantes entre les pays. De nombreuses économies des Caraïbes, telles que les Bahamas, Haïti, le Suriname et Trinité-et-Tobago, importent principalement des services techniques et liés au commerce, tandis que les économies d'Amérique centrale et le Paraguay ont tendance à importer des services d'assurance et des fonds de pension ainsi que des services financiers.

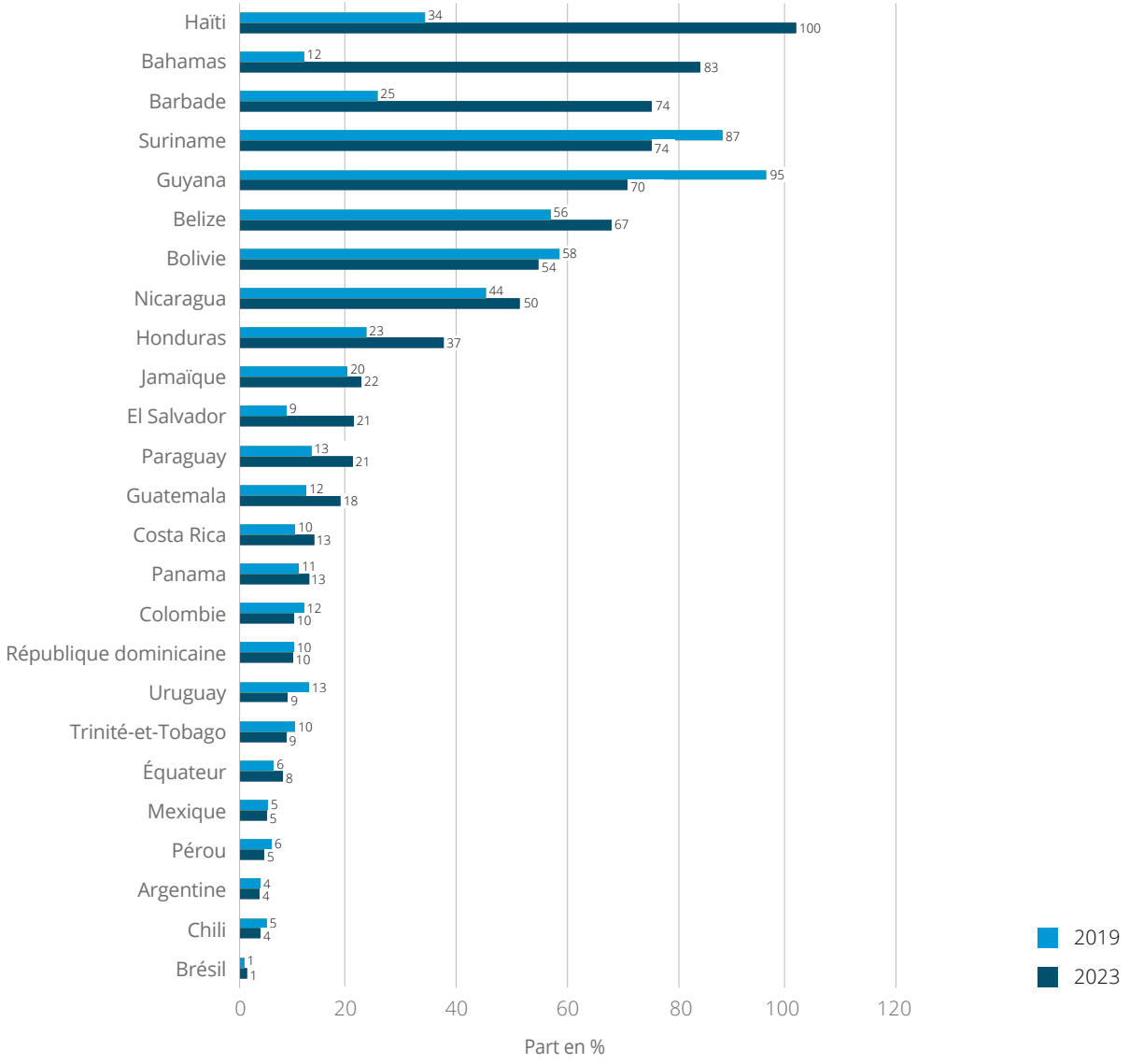
La croissance des importations de services livrés numériquement dans la région de l'ALC reflète en partie la demande des entreprises de la région pour des services spécialisés qui leur permettraient de se différencier de leurs concurrents et de promouvoir leur productivité. Parmi les exemples notables d'entreprises de l'ALC qui ont recours à des services importés par voie numérique, il convient de citer la société aérospatiale brésilienne Embraer, qui utilise des technologies des États-Unis liées à l'informatique en nuage (Amazon Web Services), à l'IA et aux véhicules autonomes, ainsi que la société minière chilienne Codelco, qui utilise des services suisses portant sur des systèmes avancés de contrôle des processus et des technologies d'automatisation.[20]

20 Voir Aviator (2019) et ABB (2024).

Les produits commandés numériquement génèrent un volume de ventes important sur le marché intérieur, mais leur exportation semble limitée

Les données sur le commerce des biens commandés numériquement sont limitées. Un moyen de se faire une idée des flux transfrontières consiste à utiliser Marketplace Explorer, un outil élaboré par la Commission économique des Nations Unies pour l'Amérique latine et les Caraïbes (CEPALC) et le Centre du commerce international (CEPALC, 2022). Cet outil quantifie le trafic sur les places de marché et les plates-formes de la région ALC et entre la région ALC et les plates-formes étrangères, dont la plupart vendent des marchandises.

FIGURE 1.9. Part des visiteurs étrangers sur les plates-formes de commerce électronique dans la région ALC, 2019 et 2023 (parts en %)



Source: CEPALC (2022) et Centre du commerce international.

Ces données indiquent que le trafic étranger vers les plates-formes des pays d'ALC représente toujours une part relativement faible des plus de 23 milliards de visites au total. De plus, à l'exception de certains pays des Caraïbes, ce trafic n'a pas beaucoup augmenté entre 2019 et 2023. Le trafic étranger est faible dans les grandes économies de l'ALC, généralement inférieur à 15% du total (figure 1.9), ce qui donne à penser que les ventes en ligne des entreprises de l'ALC s'adressent encore principalement à des clients locaux. En termes de volume total de trafic étranger entrant, le Mexique arrive en tête avec plus de 163 millions de visites en 2023, suivi du Brésil avec 112 millions de visites et de la Colombie avec plus de 72 millions de visites.

Parallèlement, les résultats d'enquêtes et les données sur les transactions transfrontières effectives, lorsqu'elles sont disponibles, montrent que le commerce électronique a permis une augmentation du nombre d'entreprises de la région ALC pouvant participer au commerce (encadré 1.6). Au Pérou, par exemple, le programme Exporta Fácil, qui facilite l'exportation de colis par voie postale et réduit par conséquent les coûts fixes liés à l'exportation, permettant ainsi aux petites entreprises de pénétrer les marchés étrangers, a contribué à stimuler les ventes au niveau de la marge extensive (Carballo *et al.*, 2016). Les entreprises qui lancent de nouveaux produits et pénètrent de nouveaux marchés sont les plus susceptibles de recourir à Exporta Fácil.

De plus en plus de consommateurs de l'ALC participent au commerce par le biais du commerce transfrontières en ligne. Les données provenant de l'Uruguay montrent que la croissance des achats en ligne transfrontières est le fait des nouveaux acheteurs, dont le nombre a augmenté de 25% entre janvier 2018 et janvier 2020, les Uruguayens ayant commencé à effectuer davantage d'achats à l'étranger, en particulier aux États-Unis (Carballo *et al.*, 2020).[21] Toutefois, la valeur moyenne des transactions a baissé de 7,5%, les nouveaux clients en ligne ayant tendance à acheter des articles de moindre valeur. La valeur annuelle des importations effectuées dans le cadre du régime d'importation traditionnel a baissé de 2% entre janvier 2018 et janvier 2020, mais le nombre de transactions a augmenté de près de 8% (Carballo *et al.*, 2020). La pandémie de COVID-19 a accéléré cette tendance: entre juin 2020 et septembre 2021, les achats transfrontières annuels des Uruguayens ont atteint 82 millions d'USD, soit une hausse de 42% – et plus de 200% depuis 2014 (Volpe Martincus, 2022). Cela s'explique en partie par l'augmentation du nombre d'acheteurs (plus de 370 000, soit 16% de la population adulte) et du nombre de transactions (plus de 640 000). En ce qui concerne les produits achetés, les machines, les appareils électroménagers et les équipements électriques ont pris une place relativement importante par rapport aux vêtements. De plus, les données d'enquête sur les entreprises du Cône Sud indiquent que celles-ci tirent parti des filières en ligne pour multiplier leurs débouchés et accroître leurs ventes.

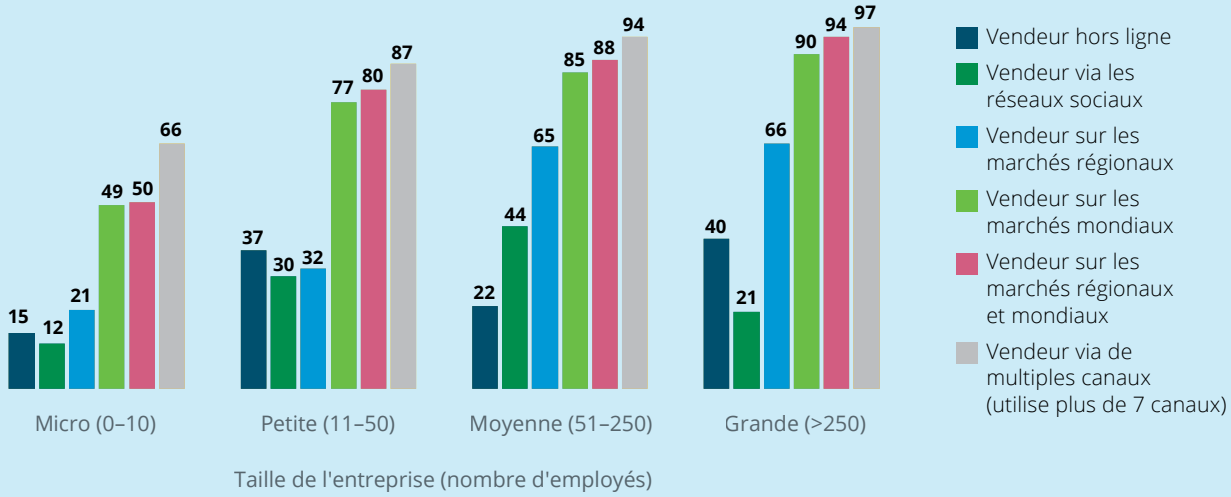
21 Ces chiffres ont été calculés à partir d'un ensemble de données regroupant tous les achats effectués à l'étranger par carte de crédit ou de débit par des résidents uruguayens entre janvier 2018 et juin 2020, dans le cadre du régime de franchise du pays. Ce régime, instauré en 2012, permet à tous les Uruguayens adultes (âgés de 18 ans et plus) d'acheter à l'étranger, jusqu'à trois fois par an, des marchandises non commerciales d'une valeur maximale de 200 USD (et d'un poids maximal de 20 kg) par achat, sans payer de droits de douane ni de taxes.

ENCADRÉ 1.6. Croissance des ventes numériques transfrontières dans le Cône sud

Un échantillon aléatoire réalisé en 2023 par Nextrade Group avec le soutien de la BID, qui utilise des plates-formes d'enquête en ligne auprès de 1 978 entreprises de divers secteurs (marchandises et services) de toutes tailles dans le Cône sud, a révélé une vague d'adoption des circuits de vente numériques parmi les entreprises régionales (Suominen, 2023). En 2023, presque toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, utilisaient les réseaux sociaux tels que Facebook et Instagram, et la plupart d'entre elles disposaient d'une boutique en ligne. La plupart des petites, moyennes et grandes entreprises ont également indiqué vendre leurs produits sur une ou plusieurs places de marché régionales, telles que Mercado Libre. En effet, l'utilisation des places de marché régionales et mondiales telles qu'Amazon, Alibaba, Freelancer et eBay a doublé parmi les entreprises régionales entre 2020 et 2023.

L'enquête a montré que l'adoption du commerce électronique permettait aux entreprises du Cône Sud de développer leurs ventes et leurs exportations. Les vendeurs présents sur les places de marché et en particulier ceux qui possèdent leur propre boutique en ligne ont fait état de gains particulièrement importants tirés du commerce électronique en termes de nouveaux clients, de revenus et de débouchés à l'exportation. Les ventes en ligne et l'utilisation des places de marché étaient tout particulièrement corrélées à l'activité d'exportation, indépendamment de la taille des entreprises. Par exemple, alors que seulement 15% des microentreprises ne tirent pas parti des canaux d'exportation en ligne, pas moins de 49% des microentreprises utilisant les places de marché régionales et 50% des microentreprises utilisant les places de marché mondiales ont déclaré avoir des activités d'exportation (figure C).

FIGURE C. Activité à l'exportation suivant la présence en ligne et la taille de l'entreprise (% d'entreprises ayant une activité à l'exportation)



Source: Suominen (2023).

L'utilisation intensive des canaux de distribution en ligne et la multiplication des canaux sont également corrélées à la diversification des exportations et aux ventes vers des marchés plus éloignés. Environ 45% des entreprises qui ont tiré plus de 10% de leurs revenus des canaux en ligne ont diversifié leurs exportations, de même que 53% des entreprises qui ont tiré plus de 50% de leurs revenus en ligne, alors que 26% seulement des vendeurs hors ligne ont diversifié leurs exportations. Les vendeurs utilisant des canaux multiples et ceux présents sur les places de marché ont plus de chances d'exporter vers les marchés asiatiques et européens que les vendeurs utilisant les réseaux sociaux, qui se concentrent davantage sur les marchés sud-américains et nord-américains. En outre, les entreprises qui recourent de manière intensive au commerce électronique ont aussi particulièrement tendance à diversifier leurs sources d'importation et leurs fournisseurs, ce qui leur permet de mieux faire aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

Les vendeurs en ligne qui utilisent des canaux multiples et diversifient leurs exportations et leurs principaux marchés sont nettement plus susceptibles d'enregistrer une croissance régulière et rapide de leurs revenus que les vendeurs hors ligne disposant de peu de canaux de vente en ligne. Sans doute, l'utilisation des places de marché n'est que l'un des facteurs qui contribuent au succès des vendeurs en ligne. Un autre facteur déterminant est le recours à un ensemble de technologies et de données qui permettent à ces vendeurs de rationaliser et d'amplifier leurs activités tout en étant compétitifs sur le marché mondial de la vente en ligne.

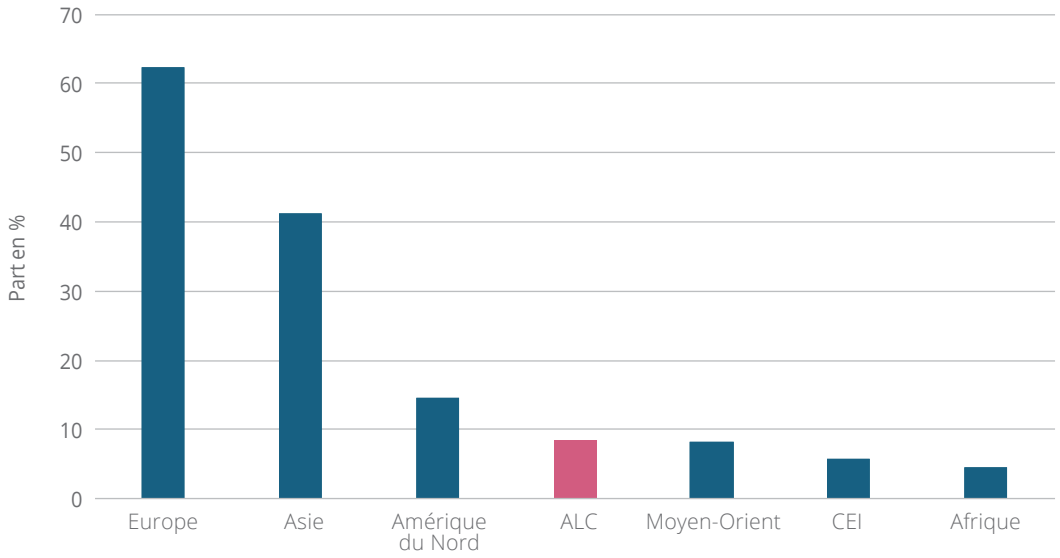
Cependant, plusieurs difficultés restent à surmonter. Les vendeurs-exportateurs en ligne évoquent des problèmes liés à la qualité des connexions Internet, des difficultés liées au marketing numérique et à la gestion des boutiques en ligne, ainsi que les coûts élevés du commerce comme principaux obstacles à la croissance via le commerce électronique. Interrogées sur les raisons pouvant expliquer la perte d'une vente à l'exportation, plus de 40% des entreprises qui vendent des produits citent le niveau élevé des coûts logistiques. Les vendeurs en ligne soulignent en particulier les difficultés liées au respect des politiques numériques nationales et étrangères, telles que les règles relatives à la confidentialité et au transfert des données, ainsi qu'à la protection des consommateurs.

Le commerce numérique intrarégional de l'ALC est modeste, mais reste un tremplin important pour les petites et moyennes entreprises de services

La part du commerce intrarégional des services livrables numériquement en ALC a plus que quadruplé depuis 2005, mais elle reste faible. Les exportations intrarégionales ont totalisé 7,8 milliards d'USD en 2023, dernière année pour laquelle des données sont disponibles, soit 8,4% des exportations de la région, selon l'Ensemble de données équilibrées de l'OCDE et de l'OMC sur le commerce des services (BaTiS) (OMC et OCDE, 2024). Ce chiffre est inférieur à celui des exportations intrarégionales de marchandises, qui représentaient 15% de l'ensemble des échanges commerciaux de l'ALC en 2023 (Giordano et Michalczewsky, 2025). Par rapport aux autres régions, les exportations intrarégionales de services livrables numériquement dans l'ALC sont nettement inférieures à celles de l'Europe (62,4%),

de l'Asie (41,3%) et de l'Amérique du Nord (14,7%); elles sont comparables à celles du Moyen-Orient (8,2%); et elles dépassent uniquement à celles de la Communauté des États indépendants (CEI) (5,7%) et de l'Afrique (4,5%) (figure 1.10).

FIGURE 1.10. Parts des exportations intrarégionales de services pouvant être fournis par voie numérique dans les exportations totales de ces services, 2023

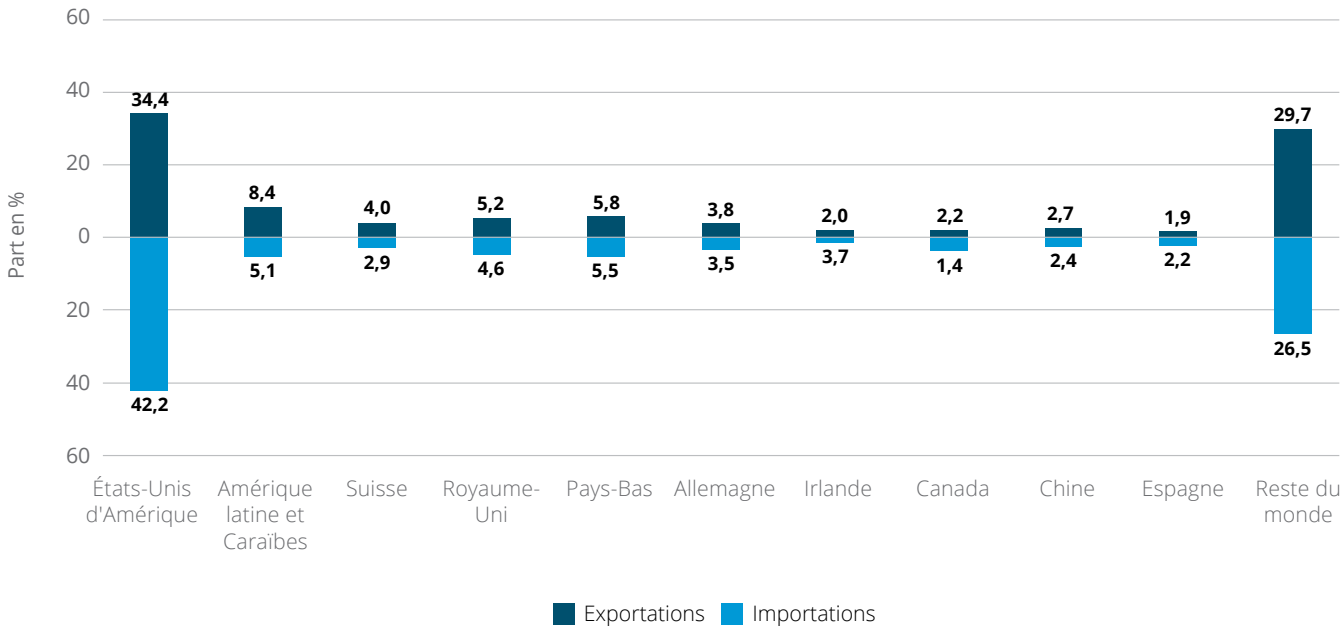


Source: OMC et OCDE (2024).

En 2023, les importations intra-ALC de services livrables numériquement représentaient 5,1% du total de la région. Cette part est inférieure à celles de l'Europe (61,5%), de l'Asie (39,3%) et de l'Amérique du Nord (20,6%); elle est comparable à celle du Moyen-Orient (5,6%); et elle dépasse celles de la CEI (3%) et de l'Afrique (2,9%).

Les États-Unis étaient la principale destination des exportations de l'ALC, avec une part de 34% du total des ventes, suivis de loin par les Pays-Bas, le Royaume-Uni et la Suisse. La croissance des exportations vers les États-Unis a été particulièrement forte en ce qui concerne les services professionnels et de conseil en gestion et les services informatiques, avec des taux de croissance annuels moyens de 12% et 10% respectivement entre 2005 et 2023. De même, les économies de l'ALC ont importé des services livrables numériquement principalement des États-Unis (42,2%), suivis, loin derrière, par les Pays-Bas et le Royaume-Uni (figure 1.11).

FIGURE 1.11. Part des échanges de services livrables numériquement parmi les 10 principaux partenaires commerciaux de l'ALC, 2023 (parts en %)



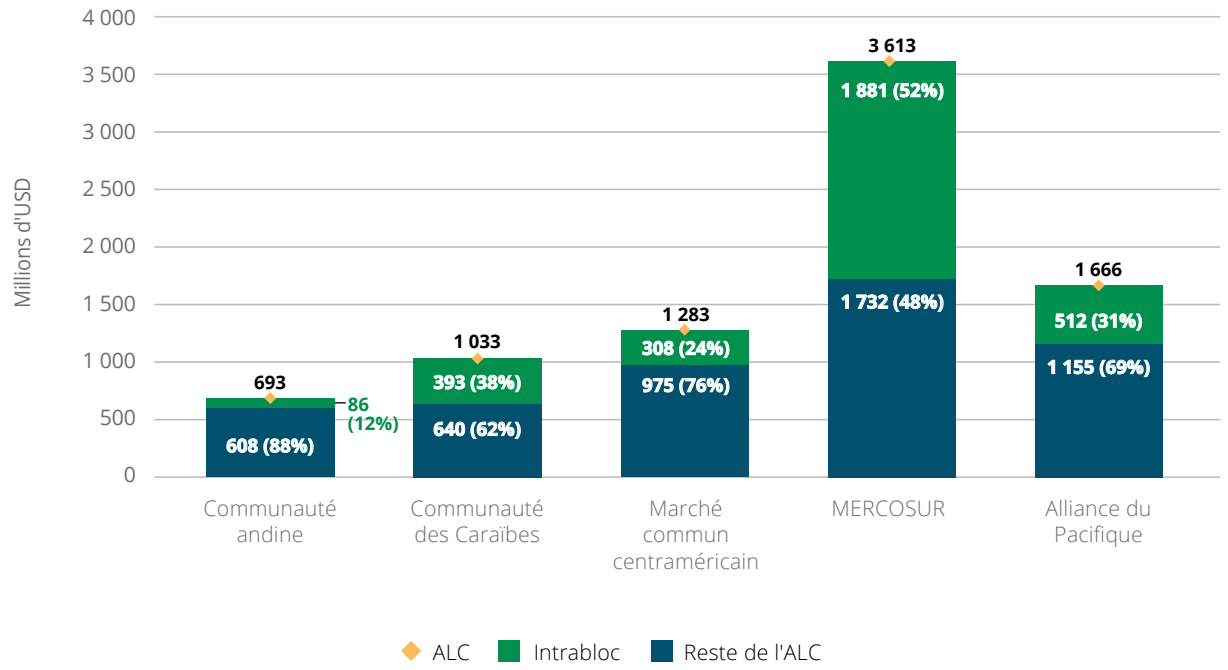
Source: OMC et OCDE (2025).

Bien que les exportations intrarégionales de services livrables numériquement ne représentent qu'une faible part du total de la région, une part importante de ces exportations s'est effectuée au sein de blocs sous-régionaux spécifiques. En 2023, les exportations des économies du MERCOSUR (Argentine, Bolivie, Brésil, Paraguay, Uruguay et Venezuela)[22] vers l'ALC se sont élevées à 3,6 milliards d'USD (11% du total des exportations), dont la majorité (52%) était destinée à d'autres pays membres du MERCOSUR. De même, bien que les exportations de services livrables numériquement vers l'ALC n'aient représenté que 6% des exportations de l'Alliance du Pacifique (Chili, Colombie, Mexique et Pérou), soit 1,7 milliard d'USD, 31% d'entre elles étaient destinées à d'autres membres du bloc (figure 1.12).

Malgré un commerce numérique intra-bloc vigoureux, l'intégration régionale globale en ALC reste faible, ce qui souligne le potentiel important d'expansion du commerce numérique entre les sous-régions, de renforcement de la connectivité inter-blocs et d'amélioration de la résilience économique régionale.

22 Le statut de membre du MERCOSUR est défini selon la classification figurant sur le site Web officiel du MERCOSUR (https://www.mercosur.int/en/about-mercosur/mercosur-countries).

FIGURE 1.12. Exportations de services livrables numériquement des blocs sous-régionaux vers la région ALC, 2023 (millions d'USD, part en % du total de la région ALC)

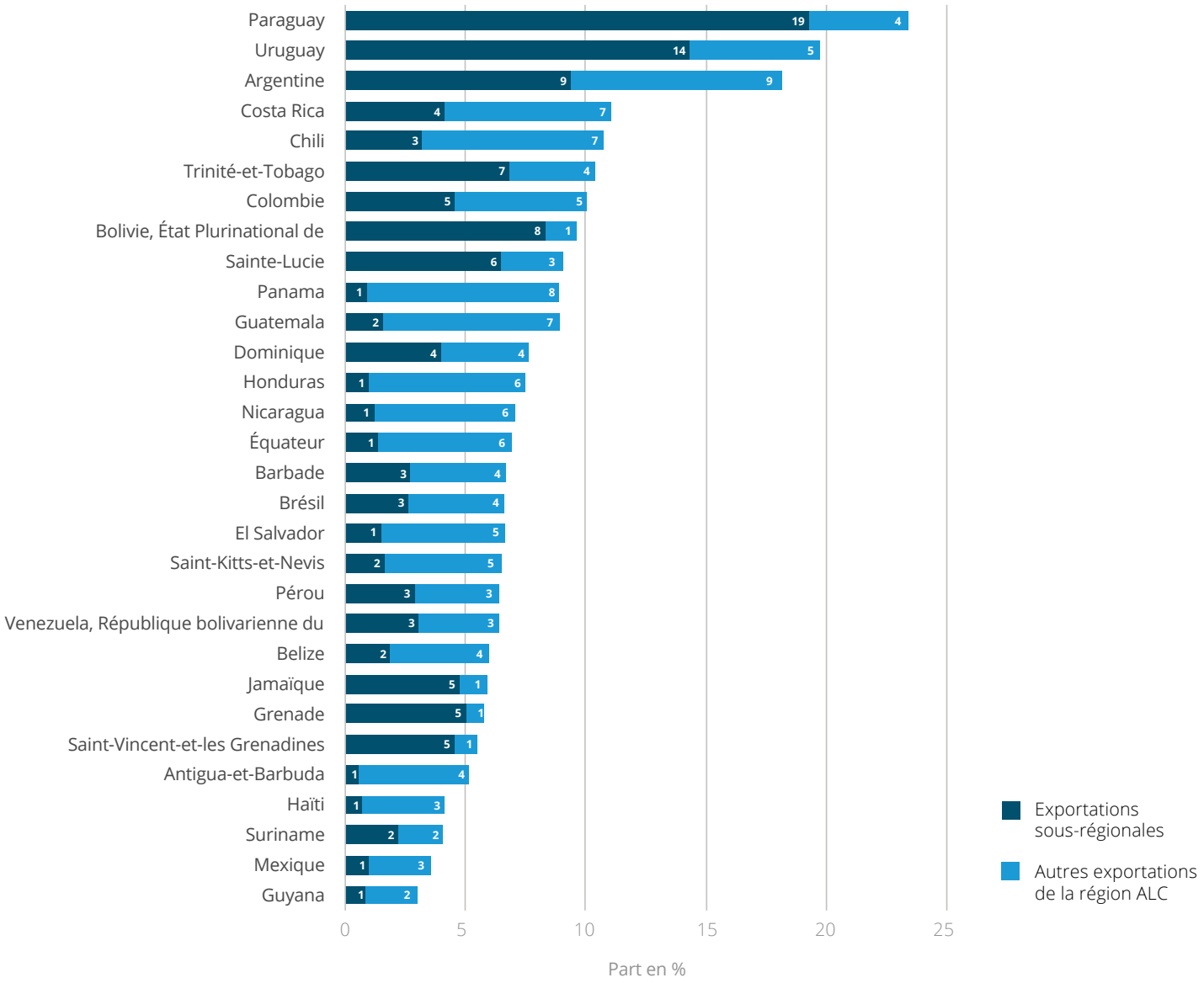


Source: OMC et OCDE (2024).

Note: La Colombie et le Pérou font partie à la fois de la Communauté andine et de l'Alliance du Pacifique, tandis que la Bolivie fait partie à la fois de la Communauté andine et du MERCOSUR.

Le volume des exportations sous-régionales dans le commerce intra-ALC varie considérablement d'un pays à l'autre. Au Paraguay, par exemple, les marchés sous-régionaux revêtent une importance particulière: sur les 23% du total des exportations à destination de l'ALC, les partenaires du MERCOSUR représentaient à eux seuls 19%. De même, l'Uruguay a exporté 14% de ses exportations totales vers les autres membres du bloc et seulement 5% vers d'autres économies de l'ALC, ce qui porte le total de ses exportations vers la région à 19%. En revanche, le Panama n'a expédié que 9% de ses exportations vers l'ALC, dont 8% vers des pays non membres de son propre bloc, le Marché commun centraméricain, ce qui souligne sa plus grande dépendance vis-à-vis des autres économies de l'ALC à l'extérieur de son bloc (figure 1.13).

FIGURE 1.13. Part des exportations sous-régionales et des autres exportations intra-ALC dans le total des exportations de services livrables numériquement, 2023 (parts en %)



Source: OMC et OCDE (2024).

Note: Cuba et la République dominicaine n'appartiennent à aucun groupe sous-régional et ne figurent pas dans la figure. En 2023, 7,9% et 6,4% de leurs exportations de services livrables numériquement étaient destinées à l'ALC.

Bien qu'ils ne représentent qu'une part relativement faible du commerce total, les marchés intrarégionaux et sous-régionaux de l'ALC revêtent une grande importance pour les petits exportateurs et les exportateurs émergents, comme le montrent les enquêtes. Par exemple, dans l'Alliance du Pacifique, les fournisseurs de services commencent leurs activités d'exportation au sein du bloc et ils utilisent le marché régional comme tremplin pour s'étendre vers d'autres marchés (encadré 1.7) (Nextrade et KIPU, 2022). En Amérique centrale, les entreprises dirigées par des femmes ont tendance à commencer par vendre en ligne et à exporter vers les marchés intrarégionaux, puis à s'étendre vers les marchés adjacents à l'ALC, comme les États-Unis, avant de s'implanter sur les marchés européens et asiatiques (Cenpromype, 2024).

ENCADRÉ 1.7. L'importance du marché intrarégional pour les exportateurs de services numériques de l'Alliance du Pacifique

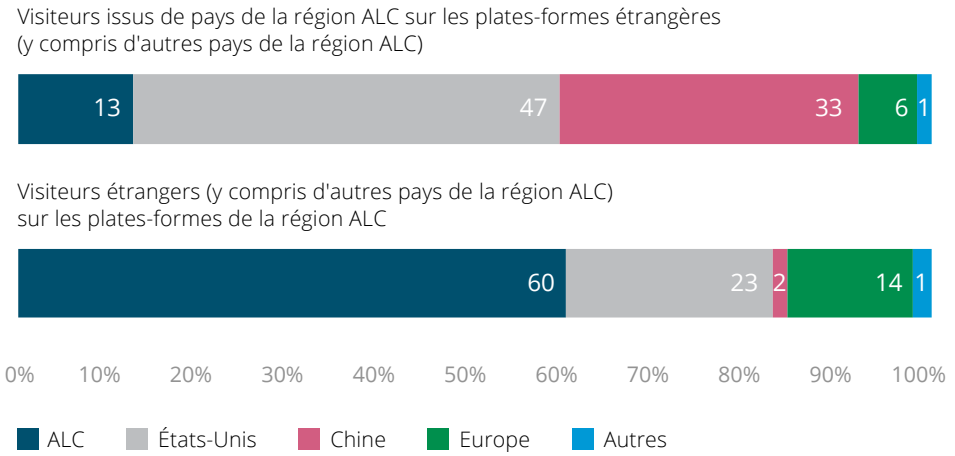
Une étude de la Banque mondiale réalisée en 2022 par Nextrade Group sur les services livrables numériquement dans les économies de l'Alliance du Pacifique incluait une enquête évaluant la destination des ventes de 133 entreprises de l'Alliance du Pacifique (Nextrade and KIPU, 2022). Les répondants ont été sélectionnés par les ministères du commerce et de l'économie des différents pays. Six conclusions pertinentes ont été tirées:

1. Les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) dans le secteur des TIC sont axées sur l'exportation. Près de la moitié des entreprises de taille moyenne et près d'un tiers des micro et petites entreprises ont eu des activités d'exportation en 2021, et respectivement 41% et 22% d'entre elles ont exporté vers le marché intrarégional. Cependant, l'importance des exportations reste limitée pour ces entreprises, celles-ci représentant généralement moins d'un quart du chiffre d'affaires.
2. Les exportateurs consultés continuent généralement de vendre sur un ou deux marchés, mais ils ont quelque peu diversifié leurs destinations ces dernières années: de 2,4 marchés en moyenne en 2019 à 2,7 marchés en 2021. Ils exportent principalement vers les économies de l'Alliance du Pacifique, suivies des États-Unis, de l'Union européenne et du Brésil. Si la majorité des *exportations* de services numériques sont destinées aux marchés extrarégionaux, la plupart des *exportateurs* de services numériques (à savoir les petites entreprises) vendent principalement sur le marché intrarégional. Mais collectivement, les valeurs des échanges restent faibles. Cela pourrait indiquer que les petits fournisseurs de services livrés numériquement lancent leurs activités d'exportation dans la région de l'Alliance du Pacifique, certains d'entre eux utilisant ensuite cette région comme tremplin pour s'étendre vers d'autres marchés.
3. Les entreprises des TIC de l'Alliance du Pacifique qui ont des activités d'exportation recourent davantage aux technologies que leurs homologues non exportatrices. Ainsi, plus de 60% d'entre elles déclarent utiliser des systèmes informatiques en nuage et des outils de gestion de la relation client, plus de la moitié utilise des logiciels de comptabilité, plus d'un quart des progiciels de gestion intégrée, et un cinquième utilise des systèmes de gestion des fournisseurs. Il semble y avoir une corrélation entre l'utilisation des services liés aux TIC et la compétitivité et la participation aux exportations. Les trois quarts des entreprises des TIC les plus numérisées

de l'Alliance du Pacifique exportent, contre seulement un quart des entreprises qui ont de faibles taux d'adoption des technologies.

4. L'utilisation des technologies et les taux de participation aux activités d'exportation varient. En 2021, 64% des exportations totales et 57% des exportations vers l'Alliance du Pacifique ont nécessité un recours important aux services et technologies des TIC; 29% des exportations totales et 29% des exportations vers l'Alliance du Pacifique ont nécessité un recours moyen aux services et technologies des TIC; et 23% des exportations totales et 14% des exportations vers l'Alliance du Pacifique en 2021 ont nécessité un faible recours aux services et technologies des TIC.
5. Les entreprises qui utilisent des canaux de vente en ligne multiples ont tendance à exporter. Les entreprises de services TIC de l'Alliance du Pacifique ont également de plus en plus recours à des modèles commerciaux omnicanaux, dans lesquels elles exploitent plusieurs canaux de vente et de marketing (tels que les réseaux sociaux, leurs propres sites Web, la messagerie électronique, les publicités en ligne et les réunions en face-à-face). Les exportateurs, en particulier, sont plus enclins à utiliser les canaux de vente en ligne formels.
6. D'une manière générale, les entreprises de l'Alliance du Pacifique auraient tout intérêt à diversifier leurs canaux de vente. Les entreprises qui utilisent plusieurs canaux de vente sont nettement plus susceptibles de tirer des gains de la vente en ligne et d'exporter que celles qui n'en utilisent que quelques-uns. Cela montre l'efficacité des modèles omnicanaux pour atteindre les clients et établir une relation de confiance avec eux. Cependant, tant les exportateurs que les non-exportateurs sous-utilisent les plates-formes de contenu telles que YouTube ou TikTok, ainsi que les places de marché mondiales de services comme Freelancer.com, Upwork, Workana et Fiverr, qui pourraient les aider à atteindre une clientèle internationale bien plus large.

FIGURE 1.14. Principales sources et destinations du trafic entrant et sortant du commerce électronique de l'ALC, 2023 (parts en %)



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

En 2023, les indicateurs indirects des flux de marchandises commandées numériquement montrent que le trafic entrant vers les sites Web d'ALC provenait principalement de trois sources: les marchés intrarégionaux représentaient 60% de l'ensemble du trafic entrant, suivis par les États-Unis avec 23% et l'Europe avec 14% (figure 1.14).

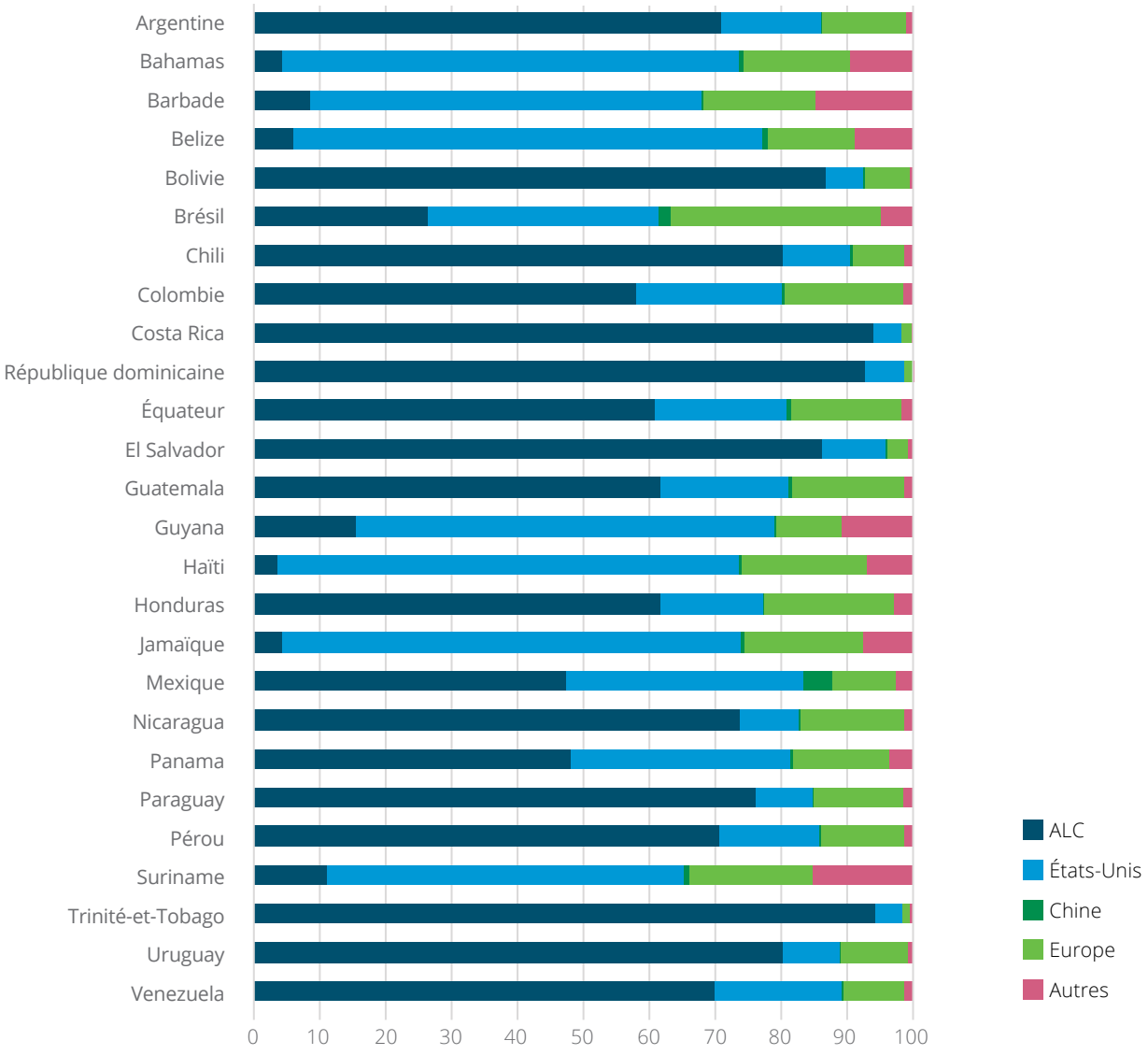
Ces résultats globaux sont principalement le fait des économies latino-américaines, où le trafic intra-ALC constitue la principale source pour la plupart des pays. Par exemple, l'Argentine, le Chili, le Costa Rica, la République dominicaine et l'Uruguay reçoivent chacun 70% ou plus de leur trafic entrant de la région. Le Brésil est un peu plus diversifié, l'ALC et l'Europe représentant chacune environ un tiers du trafic entrant.

En revanche, les pays des Caraïbes, à l'exception de Trinité-et-Tobago, dont le trafic entrant provient principalement d'autres pays de l'ALC, dépendent généralement beaucoup plus des États-Unis, qui représentent 50% ou plus du trafic entrant à la Barbade, aux Bahamas, en Haïti, en Jamaïque et au Suriname, tandis que la part de l'ALC est nettement plus faible. Ainsi, alors que les flux intrarégionaux constituent l'essentiel du total pour l'ALC, les États-Unis restent le principal partenaire de la plupart des pays des Caraïbes (figure 1.15).

La majeure partie du trafic provenant de l'ALC est orientée vers les États-Unis (1,8 milliard de visites, soit 47% du total) et la Chine (1,2 milliard de visites, soit 33%), ce qui reflète l'importance des marchés et des plates-formes de ces économies pour les acheteurs en ligne de l'ALC (figure 1.14).[23]

23 Des tendances similaires sont mises en évidence par des enquêtes auprès des consommateurs: voir, par exemple, Delgado (2023).

FIGURE 1.15. Destination du trafic transfrontières sur les sites Web des économies de la région ALC, par région, 2023 (parts en %)



Source: CEPALC (2022).

Conclusion

Le commerce numérique en ALC est de plus en plus important. Les services livrés numériquement constituent le secteur du commerce régional qui connaît la croissance la plus rapide: leur volume a presque quintuplé entre 2005 et 2024, passant de 18,5 milliards à 87,7 milliards d'USD, et ils représentent désormais 34% de l'ensemble des exportations de services.

Malgré ces progrès notables, la région ne représente encore qu'une petite part du commerce numérique mondial. En 2024, les exportations de services livrés numériquement de l'ALC ne se chiffraient qu'à 2% du total mondial, soit moins que sa part de 2,9% dans le commerce mondial des services et de 6,4% dans le commerce total des marchandises. Bien que ces exportations aient progressé depuis 2005 à un taux annuel moyen de 9%, soit à peine plus que le rythme mondial de 8,4%, d'autres régions ont connu une expansion beaucoup plus rapide, avec par exemple une croissance annuelle de 11% des exportations asiatiques.

En ce qui concerne les marchandises commandées numériquement, les données internationales complètes sont rares. Toutefois, le trafic entrant sur les sites Web des places de marché et des plates-formes de commerce électronique de l'ALC peut servir d'indicateur de ce commerce. Bien qu'il soit considérable (plus de 23 milliards de visites), ce trafic est principalement national, le trafic étranger représentant généralement moins de 15%. Le Mexique, le Brésil et la Colombie arrivent en tête selon cet indicateur.

Si le commerce numérique intrarégional est en pleine croissance, il reste modeste, ne représentant que 8% du total des exportations de services livrables numériquement de la région, soit bien en deçà de la part de 15% détenue par les exportations intrarégionales de marchandises. En ce qui concerne les marchandises commandées numériquement, les sources intrarégionales ont représenté 60% de l'ensemble du trafic entrant vers les sites Web de l'ALC en 2023, faisant du marché intrarégional la principale source de trafic Web entrant étranger pour la plupart des pays de l'ALC. Cela souligne l'importance de l'intégration régionale pour la croissance du commerce des marchandises numériques dans la région.

Dans leur ensemble, ces tendances révèlent un potentiel considérable encore inexploité pour le commerce numérique en ALC. S'appuyant sur cette analyse, le chapitre 2 examinera les déterminants et les contraintes sous-jacents qui façonnent le commerce numérique dans la région, permettant ainsi de mieux comprendre les facteurs susceptibles de favoriser une croissance et une intégration accrues.

Références

Achard, Sepehr. 2024. "AgTech in Brazil: Overcoming Challenges and Driving Growth." *iGrow News*, 22 avril. https://igrownews.com/agtech-in-brazil-overcoming-challenges-and-driving-growth/.

ABB. 2024. "Codelco to Explore a Long-Term Strategic Collaboration with ABB on Decarbonization and Project Optimization for Its Mines in Chile." 10 octobre. https://new.abb.com/news/detail/119860/codelco-to-explore-a-long-term-strategic-collaboration-with-abb-on-decarbonization-and-project-optimization-for-its-mines-in-chile.

Alaveras, Georgios et Bertin Martens. 2015. "International Trade in Online Services." JRC Working Papers on Digital Economy 2015-08. Séville: Centre commun de recherche.

Alvarado, Laura. 2019. "Costa Rican Investment Promotion Agency Awarded Best Investment Project in Latin America." *Costa Rica Star News*, 12 avril. https://news.co.cr/costa-rican-investment-promotion-agency-receives-award-for-best-investment-project-in-latin-america/79373/.

Ariu, Andrea, Florian Mayneris et Mathieu Parenti. 2020. "One Way to the Top: How Services Boost the Demand for Goods." *Journal of International Economics* 123: 103278. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2019.103278.

Aviator. 2019. "Embraer Launches Predictive Maintenance System IKON with Big Data and Analytics Based on Amazon Web Services Cloud." 19 juin. https://aviator.aero/press/embraer-launches-predictive-maintenance-system-ikon-with-big-data-and-analytics-based-on-amazon-web-services-cloud/.

Barafani, Magdalena et Ángeles Barral Verna. 2020. "Género y comercio: Una relación a distintas velocidades." Note technique de la BID n° IDB-TN-2006. Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/es/genero-y-comercio-una-relacion-distintas-velocidades.

Bekkers, Eddy, Hryhorii Kalachyhin et Robert Teh. 2025. "The Long-Run Impact of Digitalization on Trade Patterns." https://doi.org/10.2139/ssrn.5185824.

Brynjolfsson, Erik, Yu Hu et Michael D. Smith. 2003. "Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers." *Management Science* 49 (11): 1580–96. https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.49.11.1580.20580.

Cantu, Cesar. 2023. "After Years of Aggressive Expansion, Amazon Finally Hit the Wall in Costa Rica." *Nearshore Americas*, 2 février. https://nearshoreamericas.com/after-years-of-aggressive-expansion-amazon-finally-hit-the-wall-in-costa-rica/.

Carballo, Jerónimo, Catalina Salas Santa et Christian Volpe Martincus. 2020. "What Happened to Cross-Border E-Commerce Under the Pandemic?" *Beyond Borders Blog*, 11 novembre. https://www.iadb.org/en/blog/trade-and-investment/what-happened-cross-border-e-commerce-under-pandemic.

Carballo, Jerónimo, Catalina Salas Santa et Christian Volpe Martincus. 2022. "A Year and a Half into the Pandemic: How Did Cross-Border E-Commerce Evolve?" *Beyond Borders Blog*, 14 février. https://www.iadb.org/en/blog/trade-and-investment/year-and-half-pandemic-how-did-cross-border-e-commerce-evolve.

Carballo, Jerónimo, Georg Schaur et Christian Volpe Martincus. 2016. "Posts as Trade Facilitators." Document de travail de la BID n° IDB-WP-701. Washington (D.C.): BID. https://doi.org/10.18235/0011738.

Carballo, Jerónimo, Ignacio Marra de Artiñano et Christian Volpe Martincus. 2021. "Information Frictions, Investment Promotion, and Multinational Production: Firm-Level Evidence." CESifo Working Paper No. 9043. Munich: CESifo. https://www.cesifo.org/en/publications/2021/working-paper/information-frictions-investment-promotion-and-multinational.

Carballo, Jerónimo, Marisol Rodriguez Chatruc, Catalina Salas Santa et Christian Volpe Martincus. 2022. "Online Business Platforms and International Trade." *Journal of International Economics* 137: 103599. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2022.103599.

Cenpromype. 2024. "Violencia de género facilitada por las tecnologías." San Salvador: Cenpromype/SICA.

Central Law. 2024. "Costa Rica Emerges as a Nearshoring Hub in Latin America." 11 septembre. https://central-law.com/en/costa-rica-emerges-as-a-nearshoring-hub-in-latin-america/.

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.

Chambre de commerce des États-Unis. 2024. "New Chamber Report Reveals Digital Trade's Enormous Benefits as an Engine for U Jobs and Growth." 19 mars. https://www.uschamber.com/international/new-chamber-report-reveals-digital-trades-enormous-benefits-as-an-engine-for-u-s-jobs-and-growth.

Chava, Sudheer, Alexander Oettl, Manpreet Singh et Linghang Zeng. 2022. "Creative Destruction? Impact of E-Commerce on the Retail Sector." NBER, document de travail n° 30077. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w30077/w30077.pdf.

Chulis, Kimberly. 2012. "Cambios y tendencias en la industria del juego." *IBM Developer*, 17 juillet.

CINDE. 2022. "Microsoft Inaugurates New Costa Rican Headquarters, the Largest and Most Modern in Latin America." 25 février. https://www.cinde.org/en/essential-news/microsoft-inaugurates-new-costa-rican-headquarters-the-largest-and-most-modern-in-latin-america.

CNUCED. 2015. *Rapport 2015 sur l'économie de l'information: Libérer le potentiel du commerce électronique pour les pays en développement*. Genève: Publication des Nations Unies. https://unctad.org/fr/system/files/official-document/ier2015_fr.pdf.

Colantuoni, Steve. 2023. "The MedTech Sector in Costa Rica Is Vibrant." *The Central American Group*, 6 avril. https://www.thecentralamericangroup.com/the-medtech-sector-in-costa-rica/.

Couture, Victor, Benjamin Faber, Yizhen Gu et Lizhi Liu. 2021. "Connecting the Countryside via E-Commerce: Evidence from China." *American Economic Review: Insights* 3 (1): pages 35 à 50. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aeri.20190382.

Delgado, Abel. 2023. "Major Trends Among E-Commerce Shoppers in Latin America." *Americas Market Intelligence*. 29 novembre. https://americasmi.com/insights/major-trends-among-e-commerce-shoppers-in-latin-america/.

Dolfen, Paul, Liran Einav, Peter Klenow, Benjamin Klopack, Jonathan Levin, Larry Levin et Wayne Best. 2023. "Assessing the Gains from E-Commerce." *American Economic Journal: Macroeconomics* 15 (1): pages 342 à 370. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/mac.20210049.

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: pages 57 à 76.

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.

Giordano, Paolo et Kathia Michalczewsky. 2025. *Trade Trends Estimates: Latin America and the Caribbean. 2025 Edition*. Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/en/trade-trends-estimates-latin-america-and-caribbean-2025-edition.

Goldfarb, Avi et Catherine Tucker. 2019. "Digital Economics." *Journal of Economic Literature* 57 (1): pages 3 à 43. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.20171452.

Goldmanis, Maris, Ali Hortaçsu, Chad Syverson et Önsel Emre. 2010. "E-Commerce and the Market Structure of Retail Industries." *Economic Journal* 120 (545): pages 651 à 682.

Hortaçsu, Ali, F. Asís Martínez-Jerez et Jason Douglas. 2009. "The Geography of Trade in Online Transactions: Evidence from eBay and MercadoLibre." *American Economic Journal: Microeconomics* 1 (1): pages 53 à 74. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/mic.1.1.53.

Jo, Yoon J., Misaki Matsumura et David E. Weinstein. 2022. "The Impact of Retail E-Commerce on Relative Prices and Consumer Welfare." *Review of Economics and Statistics* 106 (6): pages 1675 à 1689. https://direct.mit.edu/rest/article-abstract/106/6/1675/113794/The-Impact-of-Retail-E-Commerce-on-Relative-Prices?redirectedFrom=fulltext.

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

Lieber, Ethan et Chad Syverson. 2012. "Online versus Offline Competition." In *Oxford Handbook of the Digital Economy*, sous la direction de Martin Peitz et Joel Waldfogel, pages 189 à 223. New York: Oxford University Press. https://academic.oup.com/edited-volume/28259/chapter-abstract/213394070?redirectedFrom=fulltext&login=false.

Luzardo, Alejandra, Martina Majlis, Eliana Prada, Martín Inthamoussú et Trinidad Zaldívar. 2023. *Ten Years Promoting Culture and Creativity: The IDB's Commitment to the Cultural and Creative Industries*. Washington (D.C.): BID. https://doi.org/10.18235/0005064.

Marcasur. 2024. "Global Innovation Index 2024: Costa Rica Enters the Top 70." 10 octobre. https://marcasur.com/en/noticia/global-innovation-index-2024-costa-rica-enters-the-top-70-%26f%3D10-2024.

Marra de Artiñano, Ignacio, Franco Riottini Depetris et Christian Volpe Martincus. 2023. "Automatic Product Classification in International Trade: Machine Learning and Large Language Models." Document de travail de la BID n° IDB-WP-01494. Washington (D.C.): BID. https://doi.org/10.18235/0005012.

Mulenga, Richard et Moses Mayondi. 2022. "Impact of Digital Services Trade on Economic Growth of Developing, Emerging and Developed Countries: P-VAR Approach." *American Journal of Economics* 6 (2): pages 58 à 85.

Nextrade Group. 2022. *Diagnóstico del uso del comercio electrónico*. https://centrorecursos.cenpromype.org/documento/d1136352-de01-43bb-ac92-f8e648ae2fd7/documento-/.

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

OCDE. 2019. *Unpacking E-Commerce: Business Models, Trends and Policies*. Paris: Éditions OCDE. https://doi.org/10.1787/23561431-en.

OCDE. 2021. *Les défis fiscaux soulevés par la numérisation de l'économie – Règles globales anti-érosion de la base d'imposition (pilier deux): Cadre inclusif sur le BEPS*. Paris: Éditions OCDE. https://www.oecd.org/fr/publications/les-defis-fiscaux-souleves-par-la-numerisation-de-l-economie-regles-globales-anti-erosion-de-la-base-d-imposition-pilier-deux_9464d0c4-fr.html.

OCDE. 2024. *Base de données sur les échanges en valeur ajoutée (TiVA)*. https://www.oecd.org/fr/topics/sub-issues/trade-in-value-added.html.

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. *Perspectives du commerce mondial et statistiques 2024*. Genève: OMC.

OMC. 2025. "Rapport de l'OMC sur le commerce mondial 2025: Concilier commerce et IA dans l'intérêt de tous." Genève: OMC. https://www.wto.org/french/res_f/publications_f/wtr25_f.htm.

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.

ProChile. 2022. "Mapeo exportador de las industrias culturales y creativas en Chile. Informe final." Santiago: ProChile. https://cdc.prochile.cl/wp-content/uploads/2022/05/Informe-Final-Mapeo-Exportador-de-las-Industrias-Culturales-y-Creativas-en-Chile_.pdf.

Puntel, Laila A. *et al.*, 2022. "How Digital Is Agriculture in a Subset of Countries from South America? Adoption and Limitations." *Crop & Pasture Science* 74(6): pages 555 à 572. https://doi.org/10.1071/CP21759.

Quan, Thomas W. et Kevin R. Williams. 2018. "Product Variety, Across-Market Demand Heterogeneity, and the Value of Online Retail." *RAND Journal of Economics* 49 (4): pages 877 à 913. https://www.aeaweb.org/conference/2017/preliminary/paper/sy9b6Zyr.

Riker, David. 2014. "Internet Use and Openness to Trade." Office of Economics Working Paper No. 2014-12C. Washington (D.C.): Commission du commerce international des Etats-Unis. https://www.usitc.gov/publications/332/ec201412c.pdf.

Saito, Yukiko et Tadashi Ito. 2019. "Indirect Trade and Direct Trade: Evidence from Japanese Firm Transaction Data." *VoxEU*. 16 avril. https://cepr.org/voxeu/columns/indirect-trade-and-direct-trade-evidence-japanese-firm-transaction-data.

SFI. 2021. "Women and E-Commerce: A $300 Billion Market Opportunity." https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/gender/digital-empowerment/women-and-ecommerce.

SFI et Groupe de la Banque mondiale. 2022. "Creating Markets in Jamaica. Repositioning for Private Sector–Led Sustainable Growth." Washington (D.C.): SFI. https://documents1.worldbank.org/curated/en/099011306292289545/pdf/IDU-6c18df36-9cb3-4cb6-9806-ad66c2b66410.pdf.

Suominen, Kati. 2019. "El comercio digital en América Latina: ¿Qué desafíos enfrentan las empresas y cómo superarlos?" International Trade Series No. 145. Santiago: CEPALC. https://www.cepal.org/es/publicaciones/44976-comercio-digital-america-latina-que-desafios-enfrentan-empresas-como-superarlos.

Suominen, Kati. 2023. "Promoting Cross-Border E-Commerce in the Southern Cone." Note technique de la BID n° IDB-TN-2802. Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/en/promoting-cross-border-e-commerce-southern-cone.

Union postale universelle. 2024. *Statistiques postales*. https://www.upu.int/fr/union-postale-universelle/activites/recherche-et-publications/statistiques-postales.

Vitón, Roberto, Ana Castillo Leska, et Tomas Lopes Teixeira. 2019. "AGTECH: Agtech Innovation Map in Latin America and the Caribbean." Washington (D.C.): BID. https://doi.org/10.18235/0001788.

Volpe Martincus, Christian. 2022. "Cómo medir el comercio electrónico tranfronterizo: La perspectiva de los datos de tarjetas de débito y crédito." Webinaire FMI–ONU–CNUCED–CEPALC, 10 novembre.

Volpe Martincus, Christian, Monika Sztajerowska et Mariana Belén Santi. 2024. "Consumers and Firms in International Trade." Document de travail de la BID n° IDB-WP-01607. Washington (D.C.): BID. https://publications.iadb.org/en/consumers-and-firms-international-trade.

Watson, Noel, Miranda Allbrook, Denise Leander-Watson et Phyllis Allbrook. 2021. "Economic Impact Study for Jamaica's Film, Animation and Music Industries." Rapport établi pour le Ministère de la culture, Kingston (Jamaïque): A-Z Information Jamaica Limited. https://dobusinessjamaica.com/wp-content/uploads/2022/03/Report-for-Impact-of-FAM-Industries-on-the-Jamaican-Economy.pdf.

Zhang, H., Q. Liu et Y. Wei. 2023. "Digital Product Imports and Export Product Quality: Firm-Level Evidence from China." *China Economic Review* 79: 101981. https://doi.org/10.1016/j.chieco.2023.101981.

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

Chapitre 2. Faciliter le commerce numérique: Principaux moteurs et contraintes

Introduction

Le commerce numérique est très prometteur sur le plan de la croissance économique et de la création d'emplois en ALC. Cependant, comme le montre le chapitre 1, son importance relative dans la région reste inférieure à celle observée dans de nombreuses autres parties du monde. La question se pose alors naturellement de savoir comment les pays de l'ALC peuvent participer davantage au commerce numérique et en tirer pleinement parti. Pour répondre à cette question et élaborer un programme d'action cohérent et efficace, il est nécessaire d'identifier les facteurs qui déterminent la capacité des pays à prendre part à cette composante du commerce en pleine croissance et de plus en plus importante. Ces facteurs comprennent des éléments de l'environnement économique numérique, tels que le degré d'ouverture des secteurs concernés; la disponibilité et la qualité des infrastructures numériques et les niveaux de connectivité qui en découlent; les interventions stratégiques qui ont une incidence sur certaines sources de coûts du commerce (par exemple les coûts administratifs liés au traitement aux frontières, les frictions informationnelles); ainsi que les capacités et les moyens d'exploitation des entreprises, y compris les compétences numériques et l'accès au financement. Plus précisément, ces facteurs sont les suivants:

- les régimes commerciaux dans les secteurs de marchandises et de services essentiels;
- les politiques et réglementations qui régissent le commerce numérique;
- l'infrastructure numérique et la connectivité;
- les systèmes de paiement numérique transfrontières déterminant les coûts des transactions financières internationales;
- les services logistiques et les procédures des organismes présents aux frontières déterminant les coûts de transport et de traitement administratif, y compris les délais de livraison et de passage à la frontière;
- les politiques de promotion des exportations déterminant l'intensité des frictions informationnelles;
- les capacités et les compétences numériques des entreprises; et
- l'accès des entreprises au financement.

L'ordre dans lequel les facteurs spécifiques apparaissent dans la liste ci-dessus ne reflète pas nécessairement leur importance relative; il correspond plutôt au cadre conceptuel utilisé pour les organiser et les classer. En effet, leur importance relative est susceptible de varier en fonction du stade de développement, des caractéristiques structurelles et des défis politiques propres à chaque pays.

L'encadré 2.1 présente de nouvelles données empiriques sur le rôle joué par un sous-ensemble de ces facteurs dans le développement du commerce numérique, en particulier ceux pour lesquels on dispose de données cohérentes couvrant un large éventail de pays sur une longue période. Ces données

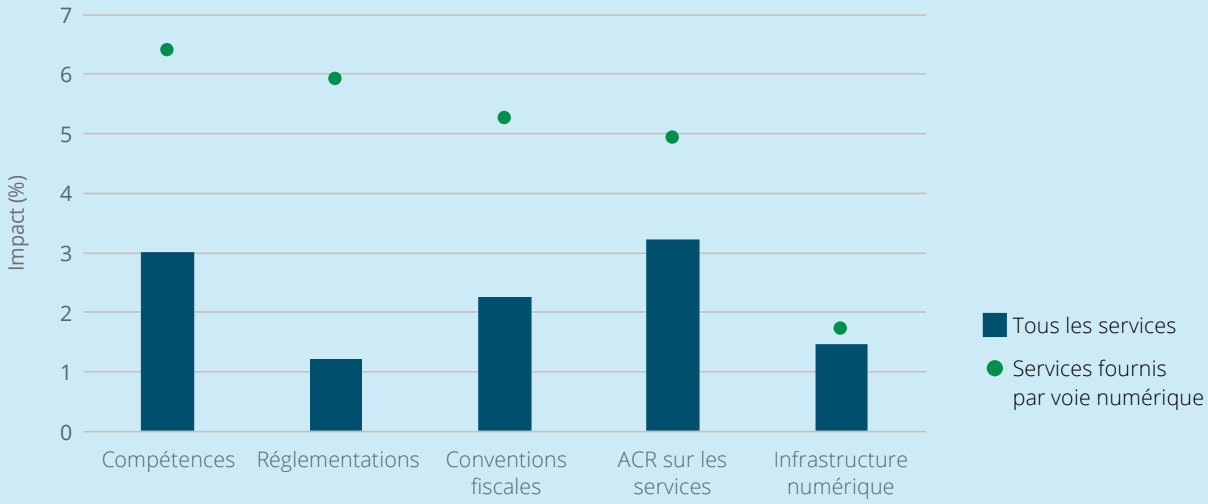
indiquent que la réglementation numérique, les accords commerciaux régionaux (ACR) comportant des dispositions relatives aux services, les infrastructures numériques, les conventions fiscales et le niveau de qualification de la main-d'œuvre ont une incidence sur le commerce des services livrés numériquement. Plus précisément, toutes choses égales par ailleurs, les économies ont tendance à exporter davantage de services livrés numériquement lorsqu'elles disposent de réglementations numériques plus efficaces, de réseaux plus étendus d'accords commerciaux préférentiels couvrant les services et de conventions fiscales, d'une meilleure infrastructure numérique et d'une proportion plus importante de travailleurs qualifiés.

ENCADRÉ 2.1. Facteurs favorables au commerce des services livrés numériquement

Des facteurs tels que la réglementation, les accords commerciaux, les infrastructures, la fiscalité et les compétences se sont révélés être des déterminants essentiels du commerce des services livrés numériquement. Une nouvelle analyse empirique réalisée auprès de 73 pays entre 2014 et 2023 (Rocha *et al.*, 2026) montre que les réglementations en matière de commerce numérique, y compris les mesures liées aux télécommunications, aux infrastructures numériques et aux transactions électroniques, influencent le commerce des services, y compris lorsqu'il s'effectue par voie électronique. Une amélioration de 1% des résultats des pays en matière de réglementation dans ces domaines est associée à une augmentation de 5,9% des exportations de services numériques. Il en va de même pour les ACR qui incluent des disciplines relatives aux services. Dans ce cas, les gains à l'exportation par voie numérique associés à une augmentation de 1% du nombre d'ACR s'élèveraient à 4,9%. Les améliorations apportées à l'infrastructure numérique peuvent également accroître le commerce des services. Ainsi, une augmentation de 1% du nombre de serveurs Internet par habitant est associée à une expansion de 1,5% du commerce total des services et de 1,7% du commerce des services numériques. Dans le même ordre d'idées, les conventions de double imposition (CDI) bilatérales ou plurilatérales sont également corrélées aux flux du commerce numérique, avec des gains potentiels à l'exportation pouvant atteindre 5,3%. Ces résultats donnent à penser que les CDI contribuent à soutenir ce commerce en empêchant la double imposition des revenus, en réduisant les coûts de mise en conformité, en offrant une sécurité juridique et en encourageant l'investissement.[24] Enfin, une augmentation de 1% de la part de la population titulaire d'un diplôme de l'enseignement supérieur est associée à une expansion de 3% du commerce global des services et à une augmentation de 6,5% du commerce des services numériques.

24 Le présent rapport ne traite pas des conventions de double imposition. Sur la base des éléments mis en évidence par l'analyse présentée dans l'encadré 2.1 et des observations directes du secteur privé, le Groupe de la BID et la Banque mondiale recommandent de renforcer les conventions de double imposition et de promouvoir la coopération internationale ainsi que l'échange de renseignements fiscaux, ces éléments constituant des composantes essentielles d'une stratégie en matière de commerce numérique.

FIGURE D. Estimation de l'incidence moyenne de certains facteurs déterminants sur les services et les exportations de services livrés numériquement (parts en %)



Note: Les effets moyens correspondent à une augmentation de 10 écarts types de la variable déterminante. Tous les coefficients sont significatifs au niveau de 1%, à l'exception de l'infrastructure numérique (niveau de signification de 5%) et des réglementations pour tous les secteurs de services (non significatifs). Les réglementations sont mesurées par l'indice de restrictivité des échanges de services numériques de l'OCDE (une valeur plus élevée indique des restrictions au commerce plus importantes). Les ACR sur les services et les CDI renvoient respectivement au nombre total d'ACR visant les services et de conventions fiscales. L'infrastructure numérique est représentée par le nombre de serveurs Internet sécurisés par habitant. Les compétences sont représentées par la part de la population active ayant au moins un diplôme d'études postsecondaires. Il est vrai que certains facteurs déterminants du commerce numérique identifiés dans le présent chapitre n'avaient pas pu être pris en compte dans cette analyse (par exemple les paiements numériques transfrontières, les douanes et la logistique, ainsi que les capacités des entreprises). Cela ne signifie pas pour autant que ces facteurs sont moins pertinents.

Source: Rocha *et al.* (2026).

L'effet est particulièrement marqué dans les secteurs suivants:

- services financiers;
- frais pour usage de droits de propriété intellectuelle (par exemple brevets, marques, accords de licence, droit d'auteur);
- services liés aux TIC;
- services audiovisuels et connexes; et
- autres services fournis aux entreprises (par exemple R&D et services professionnels).

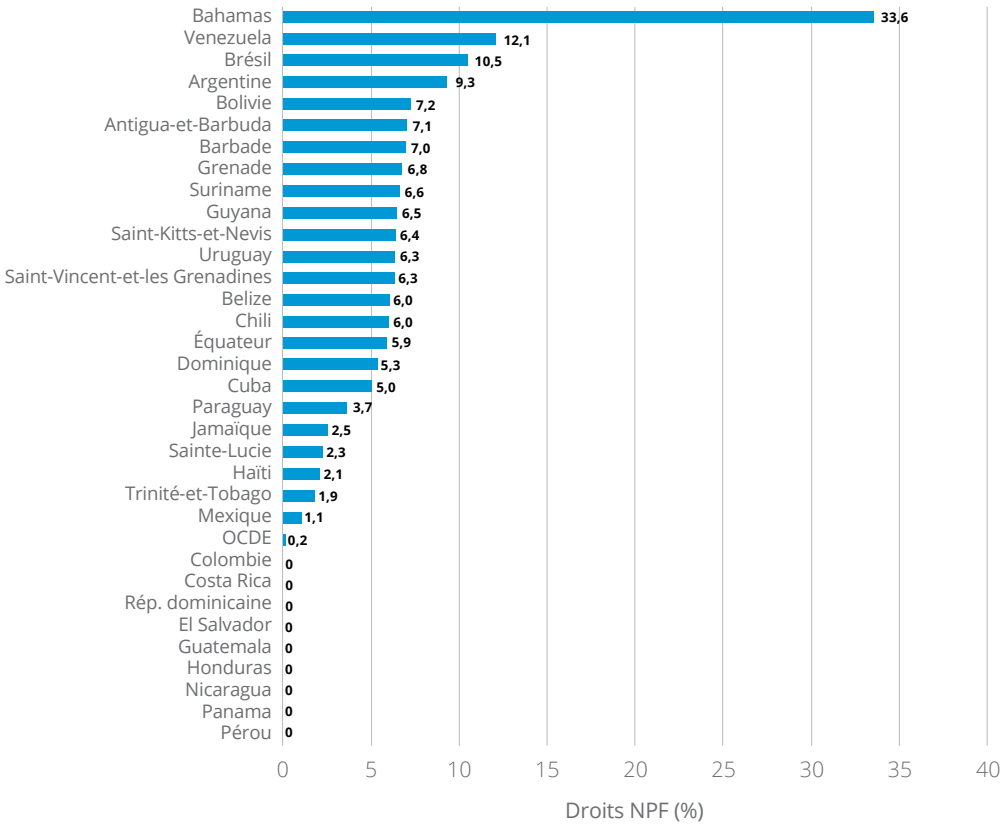
Source: Rocha *et al.* (2026).

Régimes commerciaux dans les secteurs de marchandises et de services essentiels

L'infrastructure de base du commerce numérique est composée d'un large éventail de produits des TIC, comme les ordinateurs, les téléphones portables, le matériel de télécommunication et les semi-conducteurs, ainsi que de services de télécommunication et services informatiques, et aussi de plusieurs autres services facilitateurs. Un régime commercial ouvert peut réduire les coûts de ces produits et services, favoriser une utilisation et une adoption accrues des technologies à l'échelle mondiale, et ainsi accroître le commerce numérique. L'impact est encore plus important lorsque cette libéralisation est inscrite dans des accords commerciaux, car ceux-ci offrent des garanties plus solides contre les revirements de politiques restrictifs pour le commerce.

Neuf pays de l'ALC (Colombie, Costa Rica, République dominicaine, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama et Pérou) ont accédé à l'Accord de l'OMC sur les technologies de l'information (ATI) et ont éliminé (et consolidé) les droits de douane sur les produits des TIC. Dans la région, les droits de douane appliqués vont de 1% au Mexique à plus de 10% dans des pays comme le Brésil, la plupart des pays se situant dans une fourchette de 4% à 8% (figure 2.1).

FIGURE 2.1. Droits NPF appliqués moyens visant les produits des TIC dans l'ALC, 2024 (%)

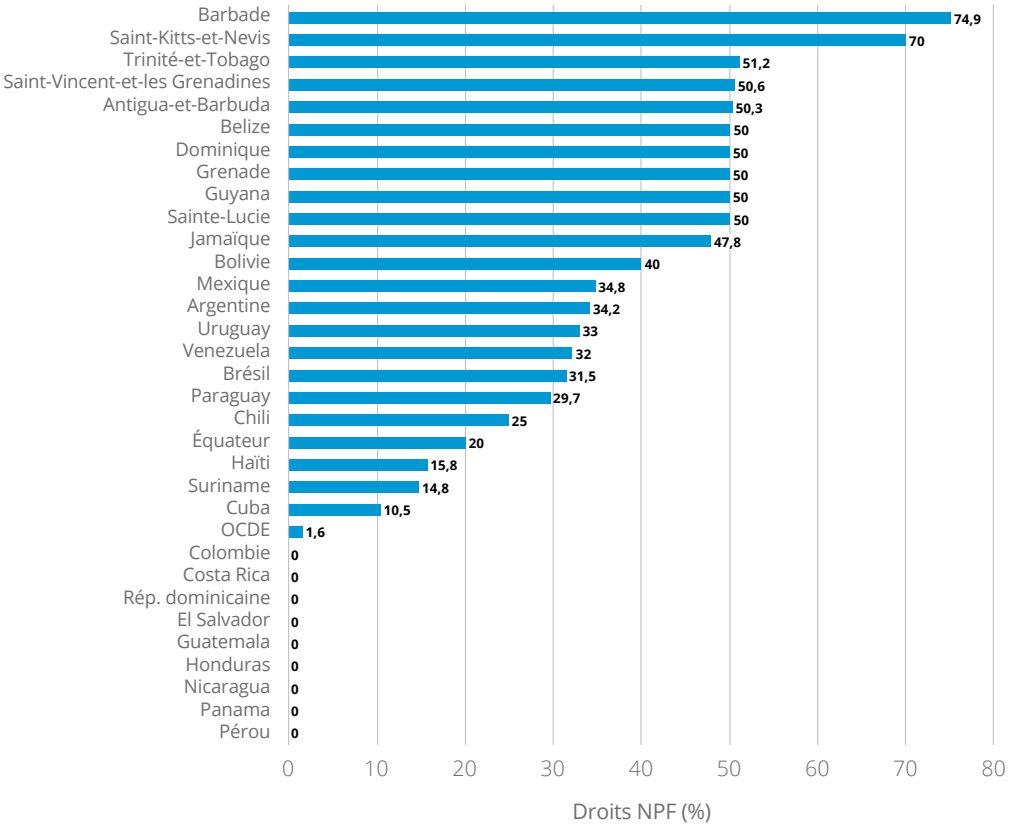


Note: Les produits des TIC sont ceux visés par l'ATI de l'OMC. Les États membres de l'UE sont comptés individuellement.

Source: Base de données analytiques de l'OMC.

Néanmoins, la plupart des pays de l'ALC qui ne sont pas signataires de l'ATI ont également consolidé les droits de la nation la plus favorisée sur les produits visés de l'ATI dans leurs listes de concessions respectives annexées à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), à l'exception de Cuba, d'Haïti et du Suriname. Ce faisant, ils ont fixé une limite supérieure pour ces droits et ils ont amélioré la prévisibilité pour les entreprises. Néanmoins, les droits consolidés moyens sur les produits visés par l'ATI dans la région sont plutôt élevés, la plupart des pays les ayant fixés à plus de 30% (figure 2.2).

FIGURE 2.2. Droits consolidés moyens appliqués dans la région ALC au titre de la nation la plus favorisée pour les produits des TIC, 2024 (%)



Note: Les produits des TIC sont ceux visés par l'ATI de l'OMC. Les États membres de l'UE sont comptés individuellement.

Source: Base de données analytiques de l'OMC.

Les services sont un autre pilier essentiel du commerce numérique. Les télécommunications, les services postaux et services de courrier, la distribution, les services informatiques, les services financiers, ainsi que le transport et la logistique sont quelques-uns des secteurs essentiels qui soutiennent le commerce numérique.[25] Une "chaîne de valeur" typique du commerce numérique commencerait par

25 Le commerce des marchandises commandées numériquement repose sur une livraison rapide. Même si le transport ferroviaire et, surtout, le transport maritime de marchandises n'offrent pas une connectivité rapide, ils restent un pilier essentiel du commerce numérique, car les plates-formes de distribution en ligne utilisent souvent des stocks qui ont été expédiés par voie maritime vers des installations de stockage et d'entreposage sur les principaux marchés de consommation afin de satisfaire les commandes numériques internationales.

un consommateur qui a accès à Internet (services de télécommunication), qui effectue une recherche sur Internet (services informatiques), qui achète un produit en ligne, probablement à partir d'une plate-forme (distribution de marchandises et services de paiement), qui se fait livrer la marchandise en mains propres (services postaux, de courrier, de transport et de logistique) ou qui se fait livrer le produit sous forme numérique (services de télécommunication).

L'ouverture des régimes relatifs au commerce des services essentiels a un effet positif sur le commerce numérique. Ainsi, par exemple, il a été démontré que l'ouverture des marchés de télécommunication, qui favorise l'arrivée de nouvelles entreprises et renforce la concurrence, se traduit par une baisse des prix, des services de meilleure qualité et des taux plus élevés de pénétration de l'Internet à large bande (Banque mondiale et OMC, 2023). Cela permet à un plus grand nombre d'entreprises et de consommateurs d'être numériquement connectés, ce qui favorise l'utilisation d'Internet et accroît le commerce numérique.

S'agissant des régimes appliqués au commerce des services, l'indice de restrictivité des échanges de services (IRES) de la Banque mondiale et de l'OMC fournit une mesure synthétique du degré de leur caractère restrictif. Cet indice couvre 134 économies, dont 13 en ALC: l'Argentine, le Belize, le Brésil, le Chili, la Colombie, le Costa Rica, la République dominicaine, l'Équateur, la Jamaïque, le Mexique, le Panama, le Pérou et l'Uruguay (Banque mondiale et OMC, 2026). Il évalue des politiques telles que les mesures discriminatoires, les restrictions quantitatives et autres obstacles, y compris des politiques inadéquates en matière de réglementation ou de concurrence. L'indice va de 0 (régime complètement ouvert) à 100 (régime complètement fermé).[26]

Les IRES de l'ALC dans les secteurs des services essentiels révèlent que la région dispose généralement d'un régime de politique commerciale plus ouvert que le reste du monde. Par exemple, dans les secteurs des télécommunications et des services informatiques, les IRES moyens de la région sont inférieurs (c'est-à-dire plus ouverts) à la moyenne mondiale (figure 2.3.a), à l'exception des services de télécommunication mobile. L'Uruguay et l'Équateur comptent parmi les pays ayant les régimes les plus libéraux. Néanmoins, certains pays de l'ALC obtiennent un IRES supérieur à 50, ce qui montre que des restrictions importantes subsistent – telles que des prescriptions en matière de nationalité pour les conseils d'administration ou les employés, le filtrage des investissements étrangers et les restrictions concernant les flux transfrontières de données – ou qu'il n'y a pas de règles favorables à la concurrence – telles que des réglementations sur les taux et les conditions de revente, la portabilité des numéros ou une loi spécifique sur la concurrence.

Le régime de commerce appliqué par l'ALC pour les services postaux et de courrier, ainsi que pour le transport routier, ferroviaire et maritime de marchandises, est également assez ouvert par rapport à la moyenne mondiale et à celle des pays de l'OCDE. En revanche, le cadre de la politique commerciale applicable aux services de distribution, en particulier la distribution au détail, est plus restrictif que la moyenne mondiale (figures 2.3.b et 2.3.c). On observe toutefois des disparités entre les pays de l'ALC

26 La base de données de l'IRES peut être consultée à l'adresse suivante: https://itip-services-worldbank.wto.org/default.aspx.

pris en compte par l'indice. Par exemple, l'Argentine, le Chili, le Brésil, le Panama et le Costa Rica ont des régimes relativement restrictifs en matière de transport routier de marchandises, tandis que la Jamaïque et le Panama sont relativement plus fermés dans le domaine du transport ferroviaire de marchandises, ce qui reflète la présence de monopoles. Enfin, la région obtient des résultats relativement bons en matière d'ouverture du secteur des banques commerciales, qui inclut les services de paiement.[27] Le Costa Rica et l'Uruguay ont les régimes les plus libéraux de l'ALC, tandis que le Mexique et l'Argentine ont les moins libéraux (figure 2.3.d).

FIGURES 2.3. Ouverture des secteurs des services favorisant le commerce numérique en ALC, dans les économies de l'OCDE et à l'échelle mondiale, par secteur

Figure 2.3.a. Services liés aux TIC

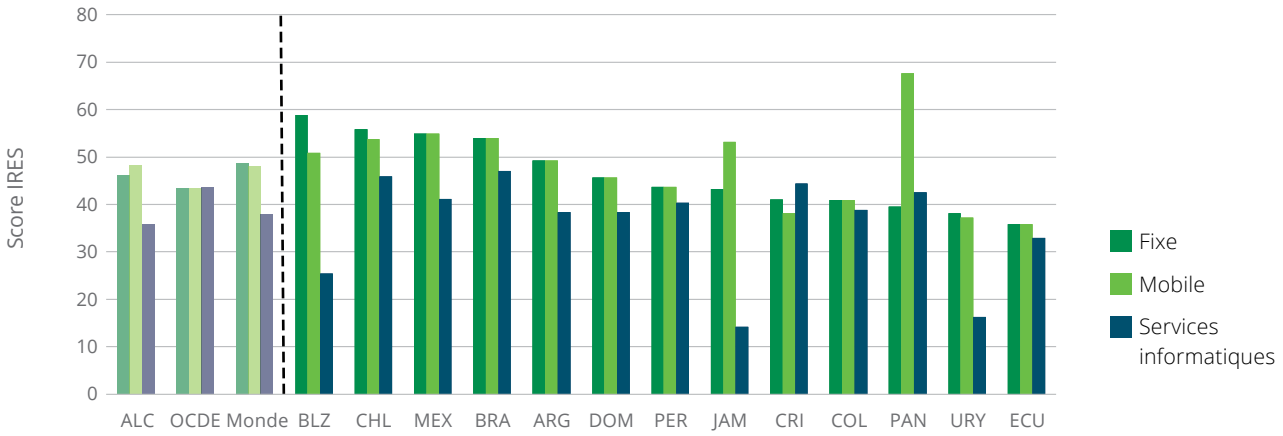
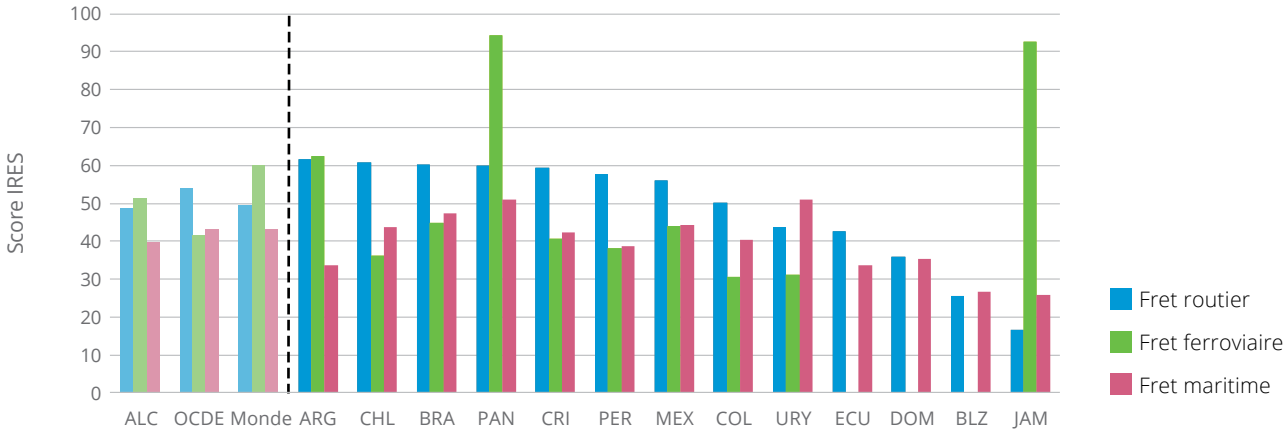


Figure 2.3.b. Services de transport de marchandises



27 Aux fins de l'IRES, les services bancaires commerciaux comprennent la plupart des services proposés par des banques, tels que l'acceptation de dépôts et d'autres fonds remboursables du public, les prêts de tout type, le crédit-bail, les garanties et engagements et les services de règlement et de transfert monétaire.

Figure 2.3.c. Services de distribution et services postaux et de courrier

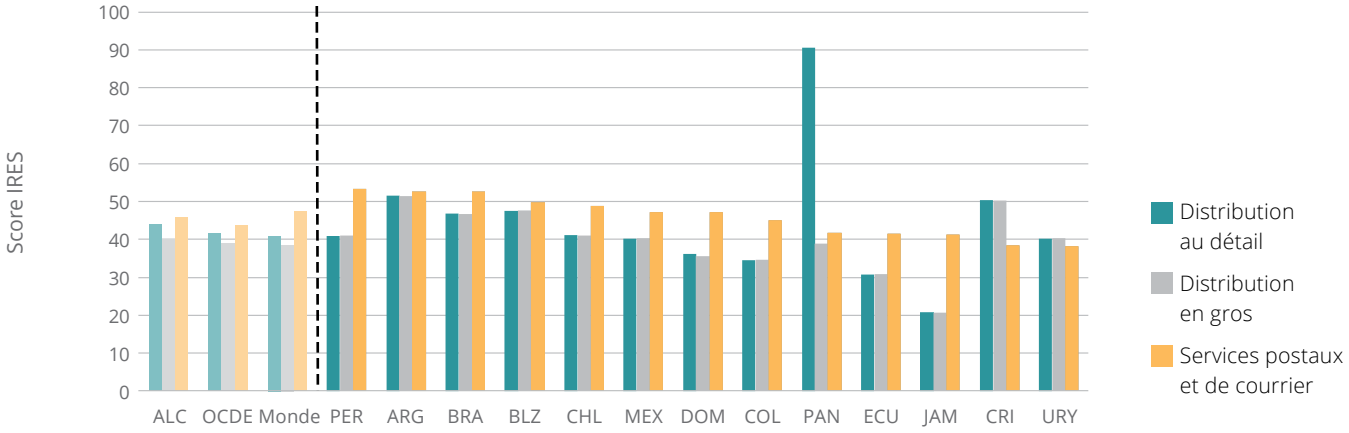
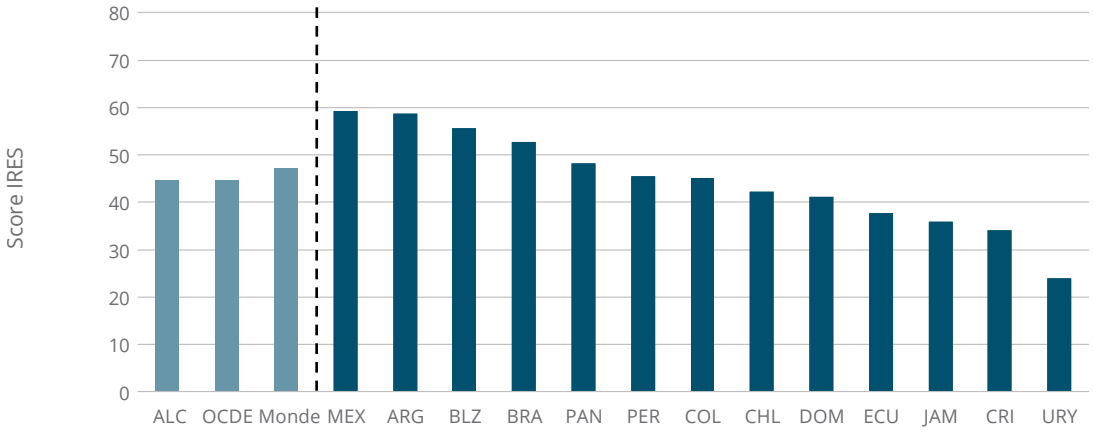


Figure 2.3.d. Services bancaires commerciaux



Note: L'IRES mondial est la moyenne pour 134 économies dans la base de données Banque mondiale-OMC en février 2025. Les IRES relatifs aux services de fret ferroviaire ne sont pas calculés pour la République dominicaine, l'Équateur et le Belize.

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

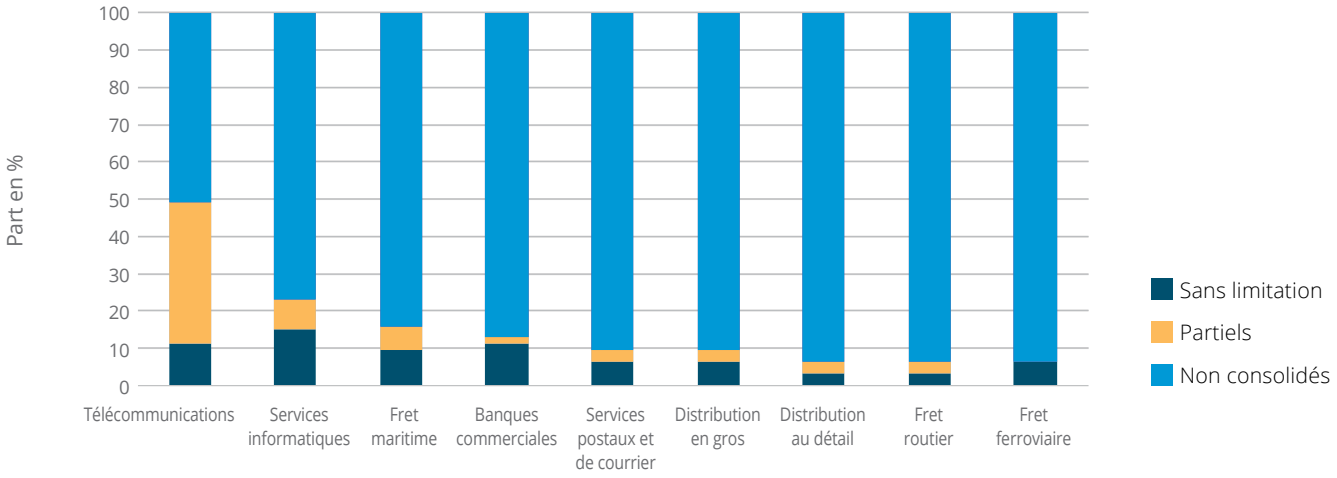
L'Accord général sur le commerce des services (AGCS)[28] permet aux Membres de l'OMC de fixer les conditions du commerce des services dans les secteurs de leur choix et dans la mesure inscrite dans leurs listes d'engagements respectives, de sorte que les politiques commerciales ne deviennent pas plus restrictives.

28 L'AGCS définit quatre modes selon lesquels un service peut être fourni au niveau international: le mode 1 concerne le commerce transfrontières (par exemple au moyen d'Internet); le mode 2 concerne la consommation à l'étranger (par exemple par le biais du tourisme international); le mode 3 concerne la présence commerciale d'une entreprise (par exemple au moyen de l'investissement étranger direct); et le mode 4 concerne le mouvement des personnes physiques (par exemple dans le cadre de la mobilité temporaire de la main-d'œuvre).

Cependant, les pays de l'ALC n'ont généralement garanti, dans le cadre de l'AGCS, des conditions commerciales que pour un nombre relativement restreint de services essentiels et ils n'ont offert que des niveaux d'accès relativement faibles. La seule exception concerne les services de télécommunication, pour lesquels tous les pays de l'ALC Membres de l'OMC, à l'exception d'un seul, ont contracté des engagements dans le cadre de l'AGCS, avec toutefois des degrés de consolidation variables. Comme le montrent les figures 2.4.a et 2.4.b, il existe des variations sectorielles importantes dans le degré d'ouverture en matière commerce inscrit dans les listes annexées à l'AGCS des pays de l'ALC pour les secteurs essentiels, tant pour la fourniture transfrontières (mode 1) que pour la fourniture par l'établissement d'une présence commerciale (mode 3).[29] Étant donné que ces deux modes sont de loin les plus importants sur le plan commercial,[30] les consolidations pour ces modes peuvent contribuer à stimuler la concurrence dans les services favorisant le commerce numérique et pour améliorer leur disponibilité, leur abordabilité et leur qualité. Dans l'ensemble, les pays de l'ALC ont pris des engagements moins contraignants en matière de fret routier et ferroviaire, de distribution au détail et en gros, et de services postaux et de courrier. Parallèlement, des engagements plus importants sont observés pour les services de télécommunication, les services informatiques et bancaires, ainsi que, dans une moindre mesure, les services de transport maritime de marchandises.

FIGURES 2.4. Engagements de l'ALC dans le domaine des services favorisant le commerce numérique, par secteur (parts en %)

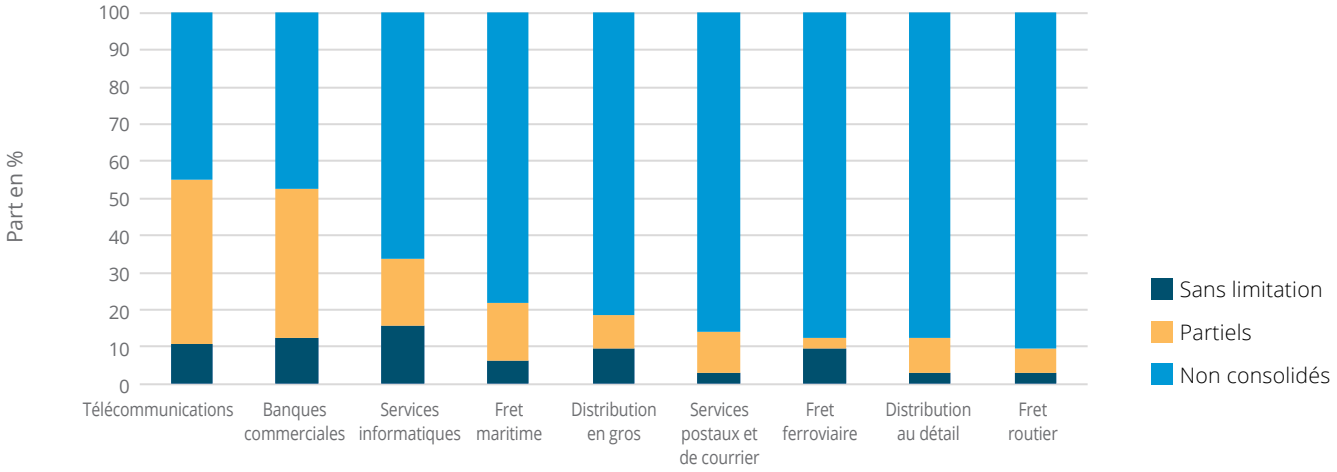
Figure 2.4.a. Engagements de l'ALC au titre du mode 1 de l'AGCS dans le domaine des services favorisant le commerce numérique



29 L'analyse prend en compte à la fois les secteurs inscrits dans les listes des pays de l'ALC Membres de l'OMC et les secteurs non inscrits dans les listes, ces derniers étant considérés comme "non consolidés" par défaut.

30 Selon les dernières estimations de l'OMC (2022), les modes 1 et 3 représentent respectivement 35% et 56% du commerce mondial des services.

Figure 2.4.b. Engagements de l'ALC au titre du mode 3 de l'AGCS dans le domaine des services favorisant le commerce numérique



Note: Le niveau de libéralisation est classé en engagements "sans limitation" (c'est-à-dire sans restriction), engagements "partiels" (avec certaines limitations) et "non consolidés" (pas de libéralisation garantie). Les parts des trois catégories de libéralisation sont calculées pour chaque secteur représenté. Les secteurs inscrits dans les listes et les secteurs non inscrits dans les listes sont inclus dans l'analyse, les secteurs non inscrits étant considérés comme "non consolidés" par défaut. Chaque barre représente les entrées combinées pour le secteur donné dans l'ensemble des 32 pays de l'ALC Membres de l'OMC.

Source: Calculs des auteurs, d'après les Listes d'engagements annexées à l'AGCS (https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/serv_commitments_f.htm).

Environ la moitié des pays de l'ALC ont souscrit aux disciplines favorables à la concurrence figurant dans le Document de référence sur les télécommunications de base annexé à l'AGCS, qui contient un ensemble d'obligations réglementaires concernant, entre autres, les pratiques anticoncurrentielles, l'interconnexion, les critères d'octroi de licences, les organismes de réglementation indépendants, la répartition des ressources limitées et la transparence, qui contribuent à la mise en place d'infrastructures de télécommunication abordables et efficaces.[31] Au total, environ 105 Membres de l'OMC ont souscrit à ces obligations.[32] Le tableau 2.1 indique les pays de l'ALC qui y ont souscrit en totalité ou en partie.

Seule une poignée de pays de la région se sont conformés à l'ensemble de disciplines sur la réglementation intérieure dans le domaine des services récemment élaboré par un groupe de Membres de l'OMC (voir le tableau 2.1).[33] Ces disciplines visent à renforcer la transparence, la prévisibilité et l'efficacité des procédures pour l'autorisation des fournisseurs de services, y compris ceux qui participent au commerce numérique.[34] Depuis décembre 2025, les disciplines sont devenues juridiquement contraignantes

31 Pour une analyse de l'incidence de ces disciplines, voir, par exemple, Blouin (2000).

32 Consultez le site de l'OMC sur les engagements concernant les télécommunications: https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/telecom_f/tel23_f.htm.

33 Voir la Réglementation intérieure dans le domaine des services de l'OMC: https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/jsdomreg_f.htm.

34 Pour une analyse de l'incidence de ces disciplines, voir So et Bekkers (2024).

pour 55 Membres de l'OMC dans le cadre des engagements énoncés dans leurs listes annexées à l'AGCS. Sur les huit pays de l'ALC qui ont inscrit les disciplines relatives à la réglementation intérieure dans le domaine des services dans leurs listes annexées à l'AGCS, le Brésil, le Costa Rica, le Paraguay et l'Uruguay notifieront la date d'entrée en vigueur de ces nouvelles disciplines une fois qu'ils auront achevé leurs procédures internes respectives. Les disciplines sont déjà en vigueur pour les quatre autres (Argentine, Chili, El Salvador et Pérou).

TABLEAU 2.1. Adhésion des Membres de l'OMC de la région ALC au Document de référence sur les télécommunications annexé à l'AGCS et aux disciplines relatives à la réglementation intérieure dans le domaine des services

Instruments juridiques	Membres de l'OMC de la région ALC
Document de référence sur les télécommunications et réglementation intérieure dans le domaine des services	Argentine, Chili, El Salvador, Pérou
Document de référence sur les télécommunications uniquement	Antigua-et-Barbuda, Barbade, Belize, Bolivie, Colombie, Dominique, République dominicaine, Grenade, Guatemala, Honduras, Jamaïque, Mexique, Suriname, Trinité-et-Tobago, Venezuela
Réglementation intérieure dans le domaine des services uniquement	Brésil, Costa Rica, Paraguay, Uruguay
Aucun	Cuba, Équateur, Guyana, Haïti, Nicaragua, Panama, Sainte-Lucie, Saint-Kitts-et-Nevis, Saint-Vincent-et-les Grenadines

Source: Calculs des auteurs, d'après les Listes d'engagements annexées à l'AGCS (https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/serv_commitments_f.htm).

Les politiques et réglementations qui régissent le commerce numérique

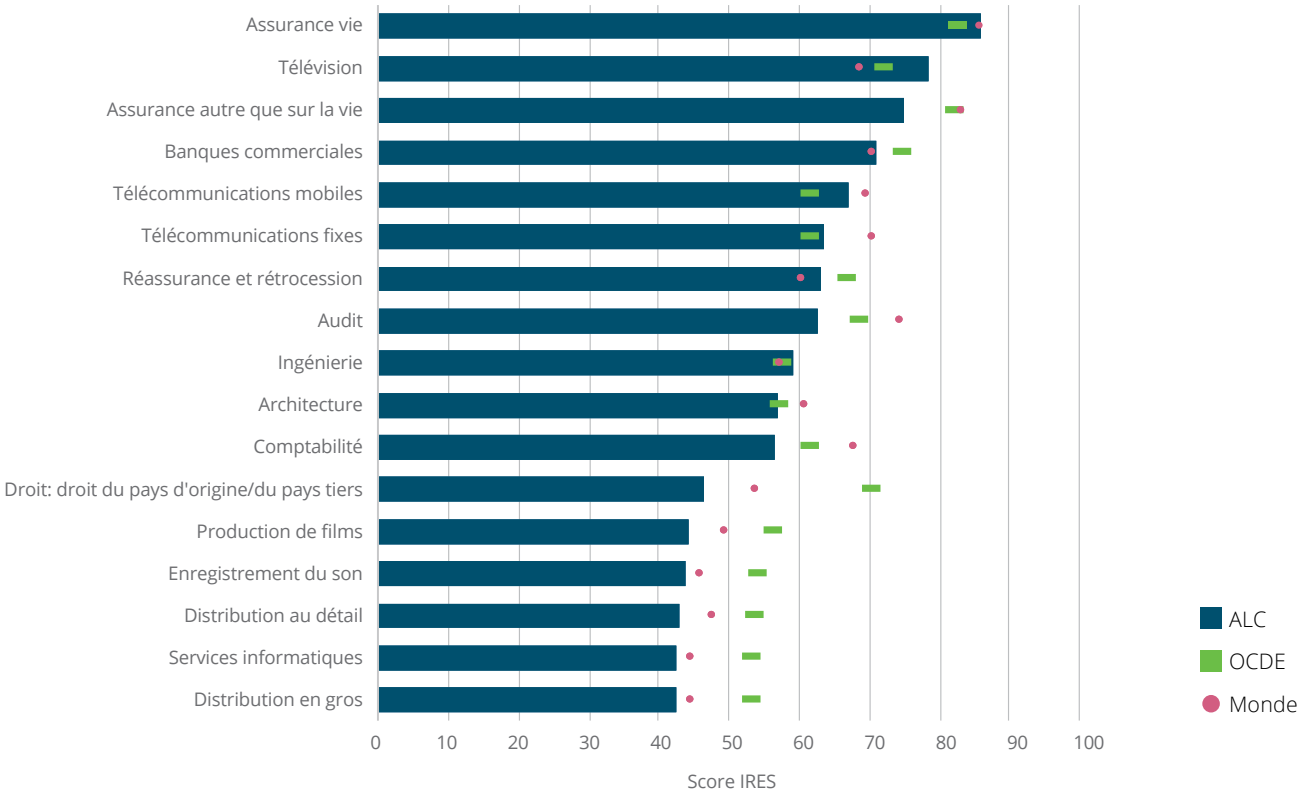
Les possibilités en matière de commerce numérique sont façonnées par les politiques et les réglementations qui affectent l'entrée sur le marché et les opérations dans les secteurs de services pouvant être livrés numériquement, ainsi que l'économie numérique en général. Ces points sont abordés dans les sous-sections ci-après.

Régimes commerciaux dans les secteurs des services livrables numériquement

Les conditions applicables à la fourniture internationale à distance de services livrables numériquement peuvent être évaluées à l'aide de l'IRES pour la fourniture transfrontières. La figure 2.5 présente les IRES moyens selon le mode 1 pour toutes les économies prises en compte par l'indice, et plus particulièrement pour les 13 pays de l'ALC qui en font partie. La figure montre que, par rapport aux moyennes mondiales, l'ALC présente d'un régime commercial transfrontières relativement ouvert pour de nombreux services

livrables numériquement. Plus précisément, la région est moins restrictive dans plus de la moitié des secteurs, en particulier pour certains services professionnels, financiers et de télécommunication. Cependant, les pays de l'ALC sont comparativement plus restrictifs que le reste du monde dans des secteurs tels que la télévision, la réassurance et la rétrocession, ainsi que les services d'ingénierie.

FIGURE 2.5. Moyenne des IRES concernant le mode 1 pour les services pouvant être livrés numériquement (ALC, économies de l'OCDE et moyenne mondiale)

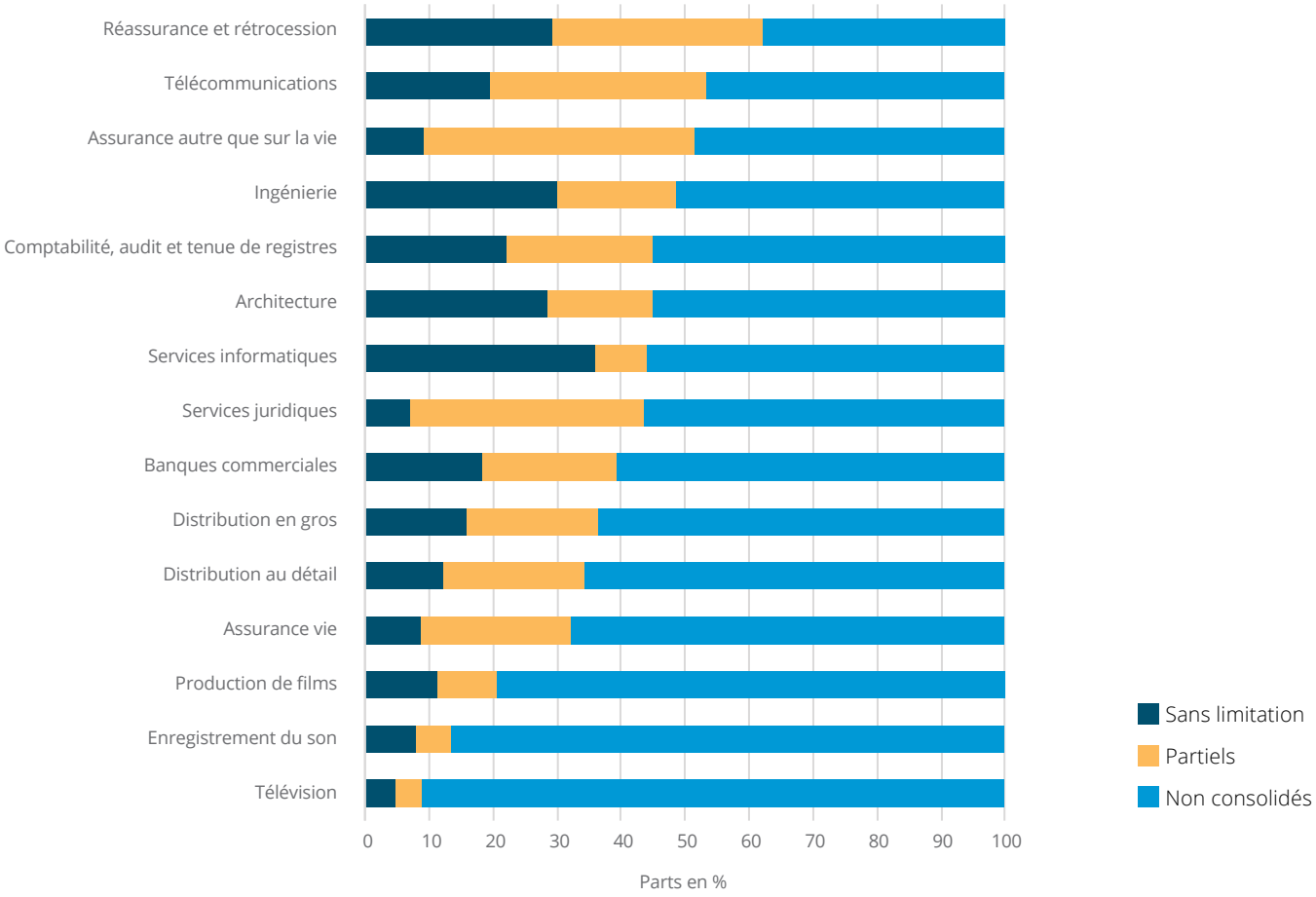


Source: Calculs des auteurs sur la base de l'IRES de la Banque mondiale et de l'OMC (https://itip-services-worldbank.wto.org/default.aspx).

Note: L'IRES mondial est la moyenne pour 134 économies dans la base de données Banque mondiale-OMC en février 2025. Dans le cas des services juridiques, les secteurs pris en compte par l'IRES selon le mode 1 sont limités aux services de conseils juridiques et de représentation pour le droit du pays d'origine ou d'un pays tiers. Pour les banques commerciales, les secteurs pris en compte sont l'acceptation de dépôts, les prêts de tous types, le crédit-bail, tous les services de règlement et de transferts monétaires, ainsi que les garanties et les engagements. Concernant les services de télévision, la radio n'est pas prise en compte.

Ce régime commercial applicable aux services livrables numériquement n'est toutefois pas pleinement garanti. À l'heure actuelle, le niveau d'ouverture auquel les Membres de l'OMC se sont engagés selon le mode 1 est, dans l'ensemble, relativement faible (figure 2.6). Les entreprises ne bénéficient donc que d'une protection limitée contre les revirements de politiques restrictifs pour le commerce.

FIGURE 2.6. Niveau des engagements au titre du mode 1 de l'AGCS pour certains services pouvant être livrés numériquement (part en % des engagements totaux)



Source: Calculs des auteurs, d'après les Listes d'engagements annexées à l'AGCS (https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/serv_commitments_f.htm).

Note: Le niveau de libéralisation est classé en engagements "sans limitation" (c'est-à-dire sans restriction), engagements "partiels" (avec certaines limitations) et "non consolidés" (pas de libéralisation garantie). Les parts des trois catégories de libéralisation sont calculées pour chaque secteur représenté. Les secteurs inscrits dans les listes et les secteurs non inscrits dans les listes sont inclus dans l'analyse, les secteurs non inscrits étant considérés comme "non consolidés" par défaut. Chaque barre représente les entrées combinées pour le secteur donné pour l'ensemble des 166 pays Membres de l'OMC.

Moratoire de l'OMC relatif à l'application de droits de douane sur les transmissions électroniques

Depuis 1998, les Membres de l'OMC sont périodiquement convenus de prolonger une interdiction d'imposer des droits de douane sur les transmissions électroniques – c'est ce que l'on appelle le "moratoire", qui a été renouvelé à de maintes reprises lors des Conférences ministérielles de l'OMC.[35]

35 Le moratoire a expiré à la clôture de la quatorzième Conférence ministérielle, le 30 mars 2026, même si les Membres de l'OMC étaient proches de parvenir à un accord sur son renouvellement et que des efforts sont en cours pour définir la voie à suivre.

Certains Membres de l'OMC ont toutefois exprimé des préoccupations quant aux coûts d'opportunité du moratoire, notamment sur le plan des pertes de recettes douanières, et ils se sont prononcés contre son renouvellement. Il existe des incertitudes quant à sa portée et à la définition des transmissions électroniques, mais, d'après les estimations actuelles, les recettes potentielles qui pourraient découler de l'imposition de droits de douane sur les transmissions électroniques seraient comprises, en moyenne, entre 0,01% et 0,33% des recettes publiques totales pour les économies en développement, et quelques économies subiraient des pertes plus importantes (FMI *et al.*, 2023).

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ou la taxe sur les biens et les services (TPS) sont d'autres approches possibles pour générer des recettes à partir du commerce numérique (FMI *et al.*, 2023). La TVA offre un potentiel de recettes plus élevé, elle a moins d'effets de distorsion des échanges et elle s'applique uniformément aux fournisseurs nationaux et étrangers en fonction du lieu de consommation. Elle assure le juste recouvrement des recettes et elle évite d'imposer une charge fiscale sur les intrants intermédiaires, ce qui la rend particulièrement adaptée à l'économie numérique. Si les droits de douane et la TVA ne s'excluent pas mutuellement, les faits montrent que la TVA pourrait générer des recettes plus importantes que les droits de douane dans la plupart des économies, à condition que les administrations fiscales disposent de ressources suffisantes, notamment pour collecter la TVA auprès des vendeurs non résidents (Hanappi *et al.*, 2023; OMC, 2016).

Cadres réglementaires du commerce numérique

Les réglementations jouent un rôle crucial, en permettant ou en entravant la croissance des marchés et du commerce numériques. Un cadre réglementaire efficace favorise le commerce numérique en permettant les transactions transfrontières, en renforçant la confiance des consommateurs par la protection des données et de la vie privée, et en fournissant des lignes directrices opérationnelles aux acteurs du numérique (Banque mondiale, 2025a). Cela inclut des outils essentiels tels que les documents électroniques, les signatures électroniques et les règles de gestion des transferts transfrontières de renseignements.

Toutefois, les réglementations peuvent également constituer un obstacle au commerce numérique en introduisant des mesures qui augmentent les coûts de transfert des données, imposent des procédures lourdes ou accentuent la fragmentation. Parallèlement, certaines de ces réglementations peuvent poursuivre des objectifs légitimes de politique publique, tels que la cybersécurité ou la protection de la vie privée. Les technologies émergentes et la transformation numérique font peser de nouveaux risques et défis sur les pouvoirs publics et les sociétés, obligeant les décideurs politiques à trouver un équilibre entre les considérations de sécurité, la protection des données et la vie privée, sans pour autant imposer des limites non nécessaires aux transactions transfrontières.

Dans ce contexte, on peut considérer qu'un pays est prêt pour le commerce numérique sur le plan réglementaire lorsqu'il dispose de lois et de règles dans plusieurs domaines qui apportent des solutions efficaces aux difficultés liées au commerce numérique, idéalement en conformité avec les normes internationales. Ces domaines comprennent les transactions électroniques, les identités numériques, la

protection des données, la cybersécurité et la gouvernance des plates-formes. Le niveau de préparation des pays dans ces domaines peut être mesuré à l'aide des indicateurs de la Banque mondiale (Banque mondiale, 2025a) sur la préparation de la réglementation en matière de commerce numérique (DTRR), qui évaluent la manière dont des réglementations et des politiques spécifiques traitent plus de 100 questions ("solutions réglementaires") liées à la gouvernance du commerce numérique transfrontières.

En termes de préparation réglementaire, les pays de l'ALC sont généralement au même niveau que les économies à revenu élevé et à revenu intermédiaire de la tranche supérieure, et se situent donc au-dessus de la moyenne mondiale.[36] Presque tous les pays de la région disposent de règles sur les documents électroniques. Les réglementations relatives aux signatures électroniques, à l'identification numérique et à la protection des données sont également très répandues. Il en va de même pour les règles relatives aux données transfrontières et au commerce sans papier. En revanche, les réglementations visant à clarifier la responsabilité juridique des plates-formes concernant les contenus ou les produits proposés par leurs utilisateurs ("responsabilité des intermédiaires") sont peu nombreuses dans la région. Seuls cinq pays disposent de tels cadres réglementaires (la Jamaïque, le Mexique, le Panama, le Brésil et le Chili), et leur portée est limitée.

On observe des variations importantes au niveau national, mais les tendances sont analogues dans les trois sous-régions de l'ALC (le Cône Sud, les pays andins, ainsi que l'Amérique centrale et les Caraïbes).[37] En général, les réglementations relatives au renforcement de la confiance varient considérablement, et celles qui concernent spécifiquement les plates-formes ("réglementations des plates-formes"), en particulier la responsabilité des intermédiaires, présentent des lacunes importantes dans les trois sous-régions. En revanche, les réglementations sur les transactions électroniques sont assez bien élaborées dans les trois sous-régions (figure 2.7). L'ALC obtient de meilleurs résultats que la moyenne de l'OCDE sur plusieurs aspects des transactions électroniques et elle se situe légèrement en dessous de la moyenne de l'OCDE en matière de réglementations relatives au renforcement de la confiance et en ce qui concerne les réglementations des plates-formes.

36 La base de données sur la préparation de la réglementation en matière de commerce électronique contient une sélection de 118 pays à différents niveaux de développement, répartis dans le monde entier. Toutefois, la sélection n'est pas statistiquement représentative de la répartition des pays en termes de revenus ou de localisation. Les pays de l'OCDE à revenu élevé, notamment les membres de l'UE, pourraient être sous-représentés dans l'échantillon.

37 Les groupes de pays utilisés dans le présent rapport sont fondés sur les données disponibles. Voir la figure 2.7.

FIGURE 2.7. Préparation à la réglementation en matière de commerce numérique: Résultats par pays des sous-régions de l'ALC



Source: Banque mondiale (2025a).

Notes: La couleur et la taille des bulles représentent l'état de préparation de la réglementation dans chaque catégorie pour le pays ou le groupe de pays concerné, sur la base de la part (en quintiles) des réponses positives pour cette même catégorie, comprise entre 0% et 100%. Données disponibles en mars 2024.

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

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

Règlement sur les transactions électroniques

Le cadre réglementaire qui régit les transactions électroniques doit faire en sorte que les contrats conclus à distance par des moyens électroniques soient aussi valables et exécutoires que les accords conclus en personne. Il doit notamment fournir les outils réglementaires nécessaires à la bonne exécution des contrats à distance, y compris les accords transfrontières, tels que la reconnaissance des documents électroniques et des signatures électroniques (Banque mondiale, 2025a).

1. Documents électroniques

Les transactions entre entreprises (B2B) se rapportent souvent à des produits et des services sur mesure ou nécessitent des livraisons périodiques sur de longues périodes, ce qui nécessite des contrats détaillés et personnalisés. Un cadre solide et fiable pour les contrats électroniques est essentiel pour les entreprises. La possibilité de conclure ou de modifier des contrats numériques de manière sûre et fiable à travers les frontières est essentielle pour donner des certitudes, réduire les coûts et accélérer les opérations commerciales.

Les pays de l'ALC possèdent des réglementations strictes en matière de documents électroniques, fondées sur les meilleures pratiques. À l'exception du Brésil, tous les pays de l'ALC ont adopté une législation générale sur les documents électroniques s'inspirant de la Loi type de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI) sur le commerce électronique (1996). Ces règles confèrent aux contrats électroniques les mêmes effets juridiques que les documents papier et permettent aux documents électroniques d'être admis comme éléments de preuve dans une procédure juridique. Toutefois, seuls le Belize et le Paraguay ont adopté une réglementation relative aux documents transférables électroniques.[38]

2. Signatures électroniques et identités numériques

La conclusion à distance de contrats juridiquement contraignants repose en grande partie sur la possibilité de documenter de manière sûre et fiable l'accord des parties. Les identités numériques, qui consistent en des données saisies et stockées électroniquement qui décrivent de manière unique une personne dans un contexte donné, facilitent les transactions électroniques en vérifiant les véritables identités en ligne (Banque mondiale, 2016).

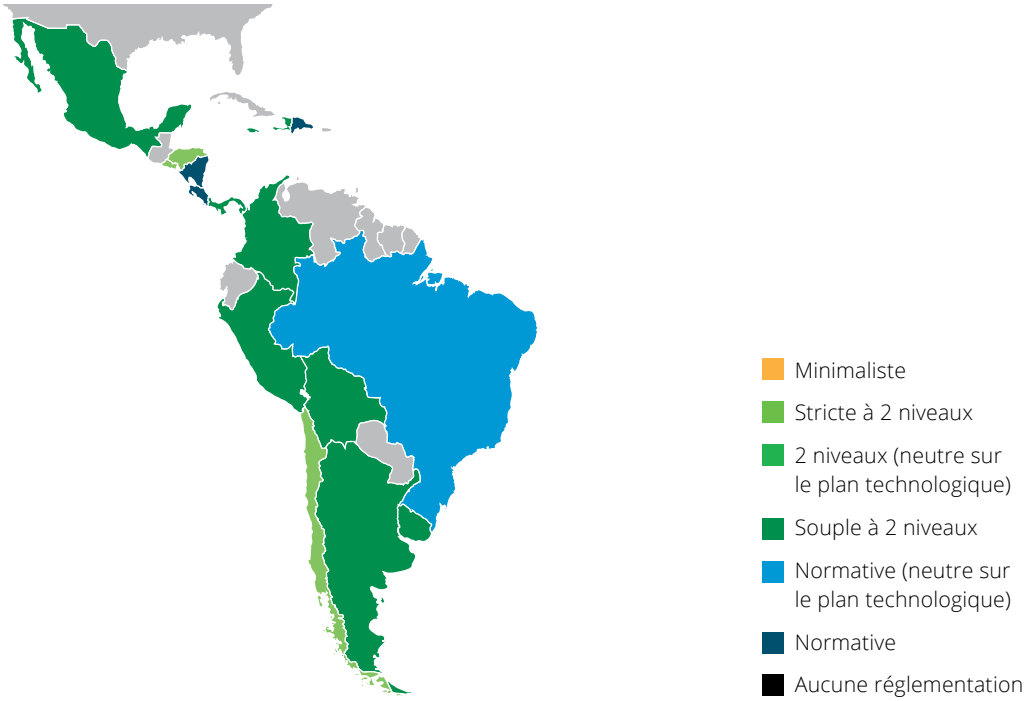
Les réglementations relatives aux signatures électroniques constituent un outil crucial pour les transactions transfrontières. Ces réglementations garantissent l'authenticité et l'intégrité des signatures numériques, ce qui permet aux parties de conclure ou de modifier des contrats à distance. Elles sont également nécessaires au traitement des importations et des exportations de marchandises à la

38 ICC, outil de suivi concernant la Loi type sur les documents transférables électroniques: Base de données sur le commerce transfrontières sans papier, https://www.digitalizetrade.org/mletr.

frontière, car elles permettent aux opérateurs économiques de présenter des documents à distance et en toute sécurité.

La plupart des pays de l'ALC ont un régime à deux niveaux pour les signatures électroniques, conformément aux normes actuelles. Cette approche, adoptée au Mexique et dans tous les pays andins et du Cône Sud à l'exception du Brésil, reconnaît les signatures électroniques simples (c'est-à-dire non sécurisées), comme une case à cocher dans un courriel écrit, ainsi que les signatures numériques sécurisées, qui ont le même statut que les signatures écrites. Dans la catégorie à deux niveaux, la plupart des pays ont adopté un régime souple ("souple 2 niveaux") dans lequel ces signatures numériques peuvent être émises par des organismes publics ou privés. Cela permet aux entreprises d'adopter et d'utiliser plus facilement les signatures électroniques dans différents contextes (figure 2.8). Certains pays adoptent une approche "neutre sur le plan technologique": il s'agit d'un modèle de signature qui offre aux acteurs la possibilité de choisir la solution technologique la mieux adaptée aux exigences de cette signature.

FIGURE 2.8. Types de signatures électroniques en ALC



Source: Banque mondiale (2025a).

Les signatures électroniques varient d'un pays à l'autre en Amérique centrale et dans les Caraïbes. L'approche normative n'admet que les signatures numériques sécurisées, ce qui limite les options disponibles (figure 2.8) et rend leur mise en œuvre moins souple et plus difficile pour les entreprises.

La diversité des approches adoptées dans les pays de l'Amérique centrale et des Caraïbes limite la reconnaissance mutuelle ou d'autres formes de collaboration, ce qui décourage l'utilisation des signatures électroniques pour les contrats transfrontières et augmente les coûts de transaction.[39]

Des données empiriques tendent à montrer que, quel que soit le modèle de signature électronique en question, la mise en œuvre effective de ces réglementations fait souvent défaut, ce qui limite l'utilisation pratique des signatures numériques dans la région. Cela comprend notamment le fait de ne pas désigner des organismes qui peuvent délivrer les signatures numériques ou de ne pas mettre en œuvre un cadre axé sur l'utilisation des signatures électroniques dans les services publics en ligne.

Réglementations relatives au renforcement de la confiance

1. Protection des consommateurs en ligne

Les règles relatives à la protection des consommateurs en ligne jouent un rôle essentiel pour remédier aux asymétries d'information entre les vendeurs et les consommateurs. Les lois sur la protection des consommateurs en ligne visent à assurer le même niveau de protection que dans le commerce hors ligne (CNUCED, 2017). Ces lois s'appuient sur les principes et mécanismes traditionnels de protection des consommateurs, en les étendant et en les adaptant aux marchés numériques afin d'atténuer les difficultés liées à l'achat et à la vente en ligne (OCDE, 2000). Elles sont particulièrement importantes pour le commerce numérique international, où la confiance des consommateurs est souvent plus faible.

La plupart des pays de l'ALC ont adopté des réglementations explicites sur la protection des consommateurs en ligne, ce qui témoigne de leur participation à des ACR contenant des dispositions sur le commerce électronique (voir la section sur les ACR au chapitre 3) (Banque mondiale, 2025a). Ce n'est pas le cas dans les pays andins pris en compte dans l'analyse sur la DTRR, où seule la Colombie a des règles spécifiques pour les transactions en ligne. En Amérique centrale et dans les Caraïbes, les règles relatives à la protection des consommateurs en ligne présentent de grandes disparités, même entre pays voisins. Les pays du Cône Sud présentent un certain degré d'harmonisation en matière de protection des consommateurs en ligne, puisqu'ils ont tous un cadre relativement avancé.

Malgré des progrès notables, certaines mesures de protection en ligne sont absentes ou n'ont été mises en œuvre que partiellement dans la région. Par exemple, des protections contre les pourriels n'ont été adoptées que par quatre pays, voire moins. Les règles interdisant les "pièges à utilisateurs" (c'est-à-dire les pratiques visant à rendre le refus d'une offre plus difficile que son acceptation, comme le fait de permettre le partage de données personnelles en un seul clic, mais d'exiger plusieurs clics pour les protéger) sont absentes en ALC (Banque mondiale, 2025a).

39 Les approches "minimalistes" permettent aux parties de déterminer les caractéristiques de la signature électronique, ce qui favorise souvent une large adoption, mais ne garantit pas la légitimité. Ces approches ne sont pas utilisées en ALC.

2. Protection des données et cybersécurité

Les garanties en matière de protection des données personnelles et les règles de cybersécurité visent à permettre aux particuliers et aux entreprises de prendre part à des activités numériques en toute sécurité, sachant que leurs renseignements personnels sont protégés, utilisés et partagés uniquement aux fins prévues, et que des mesures sont en place pour prévenir et contrer les cybermenaces telles que le piratage, l'hameçonnage et d'autres formes de cybercriminalité, susceptibles de nuire à la confiance dans les systèmes numériques.

La plupart des pays de l'ALC ont adopté des règles solides en matière de protection des données. Plus précisément, à l'exception de la Bolivie, d'El Salvador, d'Haïti et du Honduras, les pays de l'ALC concernés par la DTRR ont mis en place des régimes de protection des données permettant de s'assurer que les données personnelles sont traitées de manière responsable et que des mécanismes sont mis en place pour remédier aux violations des données et à leur utilisation abusive.

Toutefois, malgré ces progrès en matière de protection des données, l'élaboration et l'application de réglementations relatives à la cybersécurité des données personnelles sont moins avancées et présentent des écarts plus importants en ALC ainsi qu'au sein de ses sous-régions (figure 2.9).

Réglementation des plates-formes

1. Régimes de données transfrontières[40]

L'établissement d'un cadre cohérent qui s'aligne sur les normes internationales est crucial pour garantir à la fois la protection des données personnelles et la circulation fluide des renseignements nécessaires à la croissance numérique dans la région.

Les réglementations relatives aux transferts transfrontières des données varient considérablement au sein de l'ALC. Ainsi, par exemple, le Brésil, la Colombie, le Pérou, l'Argentine, l'Uruguay, le Costa Rica et le Panama ont adopté un cadre conditionnel pour les transferts transfrontières de données fondé sur l'adéquation des garanties, autorisant dès lors le transfert de données vers des pays qui prévoient des protections des données personnelles substantiellement équivalentes à celles du pays d'origine (généralement appelé approche "d'adéquation"). En revanche, la République dominicaine exige que la personne concernée par les données donne son consentement explicite aux transferts de données. Le Mexique est le seul pays de l'échantillon à suivre une approche dite de "responsabilité", dans laquelle aucune condition spécifique n'est fixée pour les transferts de données, mais ceux-ci sont autorisés sur la base de l'évaluation et de la responsabilité éventuelle des entreprises contrôlant ces données (Banque mondiale, 2021). Enfin, alors qu'aucune règle relative aux données transfrontières n'est en vigueur au Chili et en Bolivie, des règles générales peuvent s'appliquer, tandis que le Honduras ne dispose d'aucune règle en la matière (Banque mondiale, 2025a).

40 Même si les régimes réglementaires transfrontières ne se limitent pas à la gouvernance des plates-formes, ils sont particulièrement sensibles à la réglementation des données, car leur modèle économique d'intermédiation mondiale repose sur la capacité à transférer des données au-delà des frontières. Les régimes réglementaires transfrontières relèvent donc du pilier "Réglementation des plates-formes" de la DTRR.

Tous les pays de l'ALC figurant dans l'échantillon partagent une bonne pratique importante: aucun d'entre eux n'impose d'exigences générales et discrétionnaires en matière d'autorisation préalable des transferts transfrontières de données par les pouvoirs publics (Banque mondiale, 2025a). Ils ont tendance à privilégier la facilitation du partage de données à des fins commerciales plutôt que le contrôle étatique (Banque mondiale, 2021), favorisant ainsi le commerce numérique comme vecteur d'intégration aux marchés mondiaux.

2. Prescriptions en matière de localisation des données[41]

À mesure que l'économie mondiale s'est tournée vers le commerce numérique, le stockage des données a pris une importance croissante. Les prescriptions en matière de localisation des données imposent que les données soient stockées, traitées et/ou consultées à l'intérieur des frontières d'un pays. Elles sont souvent adoptées pour faciliter la surveillance réglementaire et garantir la sécurité nationale. Toutefois, ces mesures peuvent rendre le commerce numérique moins efficace en augmentant les coûts opérationnels, en entravant la circulation fluide des données internationales et en compliquant la tâche des entreprises qui doivent se conformer aux obligations locales en matière de stockage des données.

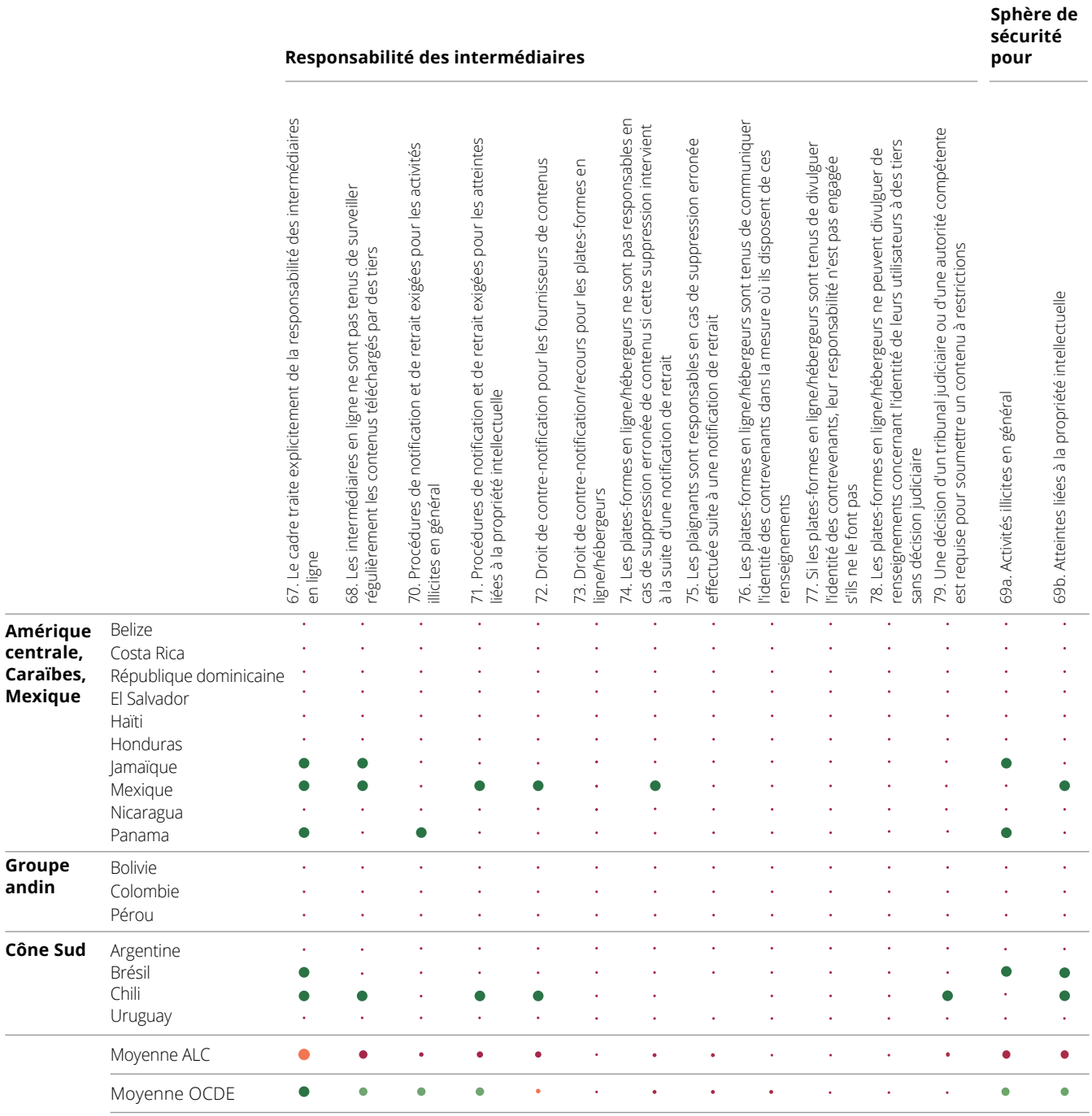
Les prescriptions en matière de localisation des données dans les pays d'ALC sont limitées. Le Chili, El Salvador et le Honduras ont adopté des prescriptions relatives au stockage local pour les données financières, tandis que le Brésil et le Panama maintiennent des prescriptions relatives au stockage pour les données liées à la sécurité nationale. Le Brésil étend cette prescription au traitement des données et à l'accès aux données (OCDE et OMC, 2025).

3. Responsabilité des intermédiaires

Pour instaurer la confiance dans l'espace numérique, il est nécessaire de prendre des mesures contre les contenus illicites. Cela inclut les contenus ayant trait à des infractions civiles ou pénales, comme un message diffamatoire ou le téléchargement de vidéos racistes, ainsi qu'à des atteintes à la propriété intellectuelle, comme le téléchargement de vidéos ou de musique piratées ou la mise en vente de produits contrefaits. Les règles relatives à la responsabilité des intermédiaires déterminent dans quelle mesure les plates-formes en ligne sont responsables des contenus publiés par les utilisateurs et la manière dont elles devraient les traiter. Un régime équilibré qui exonère les plates-formes de leur responsabilité lorsqu'elles prennent des mesures adéquates pour garantir la légalité et la légitimité de leurs contenus réduit les coûts pour les plates-formes en ligne et les entreprises qui y mènent des activités, contribuant ainsi à renforcer la confiance dans les marchés en ligne.

41 La localisation des données renvoie aux prescriptions réglementaires en matière de stockage, de traitement ou d'accès aux données uniquement dans la juridiction du pays concerné. Les restrictions aux flux transfrontières de données comprennent également les obligations visant à exiger une autorisation gouvernementale avant de transférer des données à l'échelle internationale. Voir OCDE et OMC (2025).

FIGURE 2.9. Exigences en matière de responsabilité des intermédiaires dans les pays de l'ALC



Note: Les bulles indiquent l'existence d'une mesure réglementaire pour chaque pays dans la catégorie concernée. Le vert représente les mesures réglementaires favorables, tandis que le rouge indique des restrictions réglementaires pesant sur le commerce numérique.

Source: Banque mondiale (2025a).

Seuls cinq pays de l'ALC ont des règles sur la responsabilité des intermédiaires: la Jamaïque, le Mexique, le Panama, le Brésil et le Chili. Conformément aux bonnes pratiques, ces dispositions limitent la responsabilité des plates-formes intermédiaires sous réserve de la mise en place de procédures de retrait des contenus illicites (dispositions relatives à la sphère de sécurité). Ainsi, dans les domaines où les pays de l'ALC ont adopté des réglementations, celles-ci sont généralement équivalentes ou supérieures à la moyenne de l'OCDE. Toutefois, comme les cadres de responsabilité des intermédiaires en ALC ont une portée limitée et n'offrent que des mesures correctives partielles, les performances globales de la région restent bien en deçà de la moyenne de l'OCDE (figure 2.9). Dans l'ensemble, l'absence de règles globales traitant de questions, telles que les marchandises de contrefaçon, les activités frauduleuses et d'autres contenus illicites, pourrait diminuer la confiance des consommateurs dans les marchés en ligne des pays d'ALC.

Institutions et application des réglementations relatives au commerce numérique

Pour qu'un cadre réglementaire du commerce numérique fonctionne correctement, il faut des institutions efficaces capables de mettre en œuvre les lois et les réglementations, d'encourager la mise en conformité et de les faire appliquer lorsqu'elles ne sont pas respectées. Pour déterminer si tel est le cas et dans quelle mesure, il convient de procéder à une évaluation minutieuse des institutions existantes et des réglementations qu'elles supervisent et qui ont une incidence sur le commerce numérique. La boîte à outils GRIDMAP (Global Regulations, Institutional Development, and Market Authorities Perspective) de la Banque mondiale fournit une telle évaluation. Elle se concentre sur la protection des consommateurs et la gouvernance des données et englobe les institutions et réglementations nationales qui régissent le commerce traditionnel et numérique.[42] GRIDMAP identifie un ensemble minimum de dispositions institutionnelles, de réglementations et de pratiques destinées à servir de références pour la création de marchés fiables, sûrs et compétitifs (Banque mondiale, 2024a et 2024b).

Pour ce qui est de la protection des consommateurs, les autorités chargées de la protection des consommateurs (APC) ont besoin de pouvoirs, de ressources et d'outils d'intervention adéquats pour encourager le respect des règles, mettre en œuvre les cadres réglementaires et, en fin de compte, les faire respecter afin de mettre un terme aux pratiques commerciales illicites. Selon l'évaluation GRIDMAP, les pays de l'ALC ont, en moyenne, mis en place les dispositions institutionnelles de base nécessaires à la mise en œuvre de leurs cadres de protection des consommateurs (évoqués plus haut), mais il existe une marge

42 Les deux modules GRIDMAP décrits dans ce chapitre couvrent les domaines réglementaires suivants de la DTRR décrits dans la section précédente: 1) la protection des consommateurs, et 2) la gouvernance des données, y compris la responsabilité des intermédiaires, la protection des données, les flux transfrontières de données, la cybersécurité et la localisation des données. Deux types d'autorités ont tendance à être compétentes en la matière: les autorités chargées de la protection des consommateurs pour la protection des consommateurs et une partie de la responsabilité des intermédiaires, et les autorités chargées de protection des données pour la protection des données, les flux transfrontières de données et la localisation des données. Dans certains pays, la compétence est répartie entre plusieurs autorités. En ALC, l'échantillon GRIDMAP comprend les pays suivants pour ce qui est de la protection des consommateurs: Argentine, Barbade, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, République dominicaine, Équateur, El Salvador, Guatemala, Mexique, Panama, Paraguay, Pérou et Uruguay; et les pays suivants pour ce qui est de la gouvernance des données: Argentine, Brésil, Chili, Costa Rica, Colombie, Équateur, Jamaïque, Mexique, Panama, Pérou et Uruguay.

d'amélioration considérable, notamment en ce qui concerne le traitement des plaintes, la conduite des enquêtes et le règlement des différends. Des lacunes existent également au niveau de la mise en œuvre: aucune donnée n'est disponible sur les campagnes d'éducation et de sensibilisation des consommateurs ni sur les activités des APC, notamment le nombre de plaintes reçues et examinées ainsi que les sanctions imposées. Il est nécessaire d'améliorer les cadres relatifs aux mécanismes d'autoréglementation et de coréglementation, notamment en associant les parties prenantes à l'élaboration des réglementations.[43]

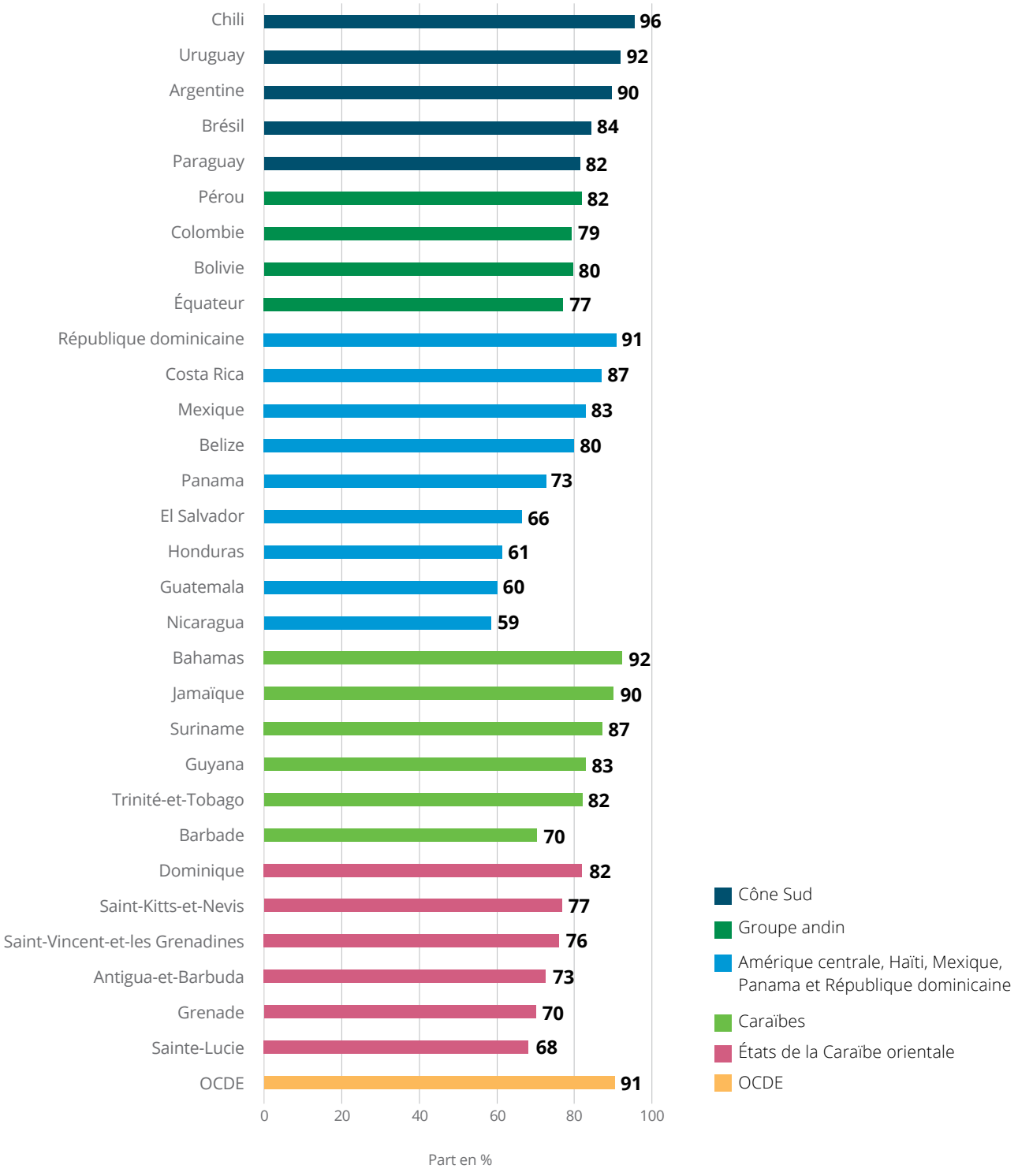
Les autorités chargées de la protection des données (APD) jouent un rôle clé dans la mise en œuvre de la gouvernance des données. En moyenne, selon l'évaluation GRIDMAP, les dispositions institutionnelles des pays de l'ALC en matière de gouvernance des données sont nettement supérieures à la moyenne mondiale. La plupart des APD de la région ont des rôles et des pouvoirs très variés pour promouvoir et faire respecter les cadres juridiques, réglementaires et politiques. Cependant, les notes attribuées à l'ALC en matière de mise en œuvre et d'application sont inférieures à la moyenne mondiale. Environ 30% des APD de la région ne disposent pas de procédures normalisées pour au moins une partie des tâches qu'elles accomplissent, tandis que 20% n'ont utilisé aucun des moyens de persuasion ni aucune des sanctions recensés dans l'enquête GRIDMAP au cours des 12 derniers mois. Comme pour les APC, il y a un manque de renseignements accessibles au public sur le nombre de plaintes reçues, examinées et ayant fait l'objet de sanctions, ainsi que sur les campagnes d'éducation et de sensibilisation des consommateurs. Environ 40% des APD de l'ALC n'ont pris aucune disposition pour coopérer avec des autorités ou des organismes de réglementations nationaux ou étrangers. Enfin, aucune des APD interrogées dans les pays de l'ALC n'est entièrement d'accord ou d'accord pour dire qu'elle dispose d'un budget suffisant, contre 29% des APD d'Europe et d'Asie centrale et 21% des APD d'Afrique.

Infrastructure numérique et connectivité

La connectivité numérique est l'épine dorsale du commerce numérique. Alors que le nombre d'internautes augmente rapidement, les pays de l'ALC sont toujours confrontés à des retards en termes de couverture et de taux d'utilisation d'Internet. En 2024, la part de la population utilisant Internet dépassait 90% au Chili, en Uruguay, en République dominicaine, aux Bahamas et en Jamaïque. Ce taux était inférieur à 80% dans la plupart des pays andins et d'Amérique centrale et dans de nombreux pays des Caraïbes (en particulier dans les Caraïbes orientales) (figure 2.10).

43 L'autoréglementation désigne les règles ou codes de conduite élaborés de manière volontaire par des organisations telles que des entreprises privées ou des groupes professionnels afin de réglementer ou d'orienter le comportement, les actions et les normes au sein du groupe. Dans le cadre de la coréglementation, le secteur privé établit ou administre un cadre réglementaire en collaboration active avec les gouvernements.

FIGURE 2.10. Pourcentage de la population utilisant Internet dans les pays de la région ALC, 2023 (part en %)



Source: UIT (2025a).

La présente section donne un aperçu de la situation des pays de l'ALC en matière de connectivité numérique, notamment en ce qui concerne les infrastructures de transmission de données (réseaux de fibre optique et antennes), les réseaux mobiles et les centres de données.

Les réseaux de télécommunication fixes et mobiles sont des infrastructures essentielles qui fournissent des services vocaux et des services de données ainsi que l'accès à Internet. Les connexions à large bande et à haut débit facilitent les interactions entre les entreprises et les consommateurs, notamment au-delà des frontières, et elles favorisent le commerce numérique.

Les données disponibles donnent à penser que l'amélioration de la connectivité à large bande de l'ALC réduirait le coût du commerce des marchandises et celui des services fournis aux entreprises et des services professionnels dans la région (voir l'encadré 2.2 sur les simulations de coûts du commerce).

Réseaux fixes

La large bande peut être fournie au moyen de différentes technologies, notamment la ligne d'abonné numérique (DSL), le câble, le satellite et la fibre optique. Les connexions par fibre optique et par câble sont les plus adaptées aux applications numériques modernes et au commerce pour de multiples raisons. La fibre optique est la plus rapide de ces technologies et elle permet de transmettre des données avec une capacité élevée et des délais minimes. Le câble offre également des vitesses plus rapides, un temps de latence réduit[44] et une plus grande fiabilité que la DSL. Contrairement à la DSL, la fibre optique et le câble sont tous deux évolutifs pour les services en ligne en constante évolution, car ils peuvent supporter des niveaux élevés de trafic de données.

Le déploiement et la qualité de ces réseaux dans la région de l'ALC varient considérablement d'un pays à l'autre, les zones urbaines ayant généralement accès à des technologies plus avancées. Le taux de pénétration de la large bande dépasse 80% à Saint-Kitts-et-Nevis[45], la Barbade, les Bahamas, Trinité-et-Tobago et l'Uruguay. La Barbade et l'Uruguay sont également en tête pour ce qui est des connexions par fibre optique à haut débit.[46] Le Mexique, le Suriname, Saint-Vincent-et-les Grenadines, la Grenade, le Chili, le Belize et le Panama affichent un taux de couverture de 70% à 75%, bien que la part des connexions de haute qualité soit variable. En revanche, Haïti, le Honduras, le Nicaragua et le Guatemala ont à la fois un faible taux de couverture et un accès limité aux technologies plus rapides. Certains pays, comme la Grenade, Saint-Kitts-et-Nevis et le Panama, ont un taux de couverture élevé, mais ils s'appuient davantage sur des réseaux de moindre qualité, tandis que d'autres, comme la Bolivie, Haïti et l'Équateur, disposent de meilleures technologies, alors que le taux d'accès global des ménages est faible.

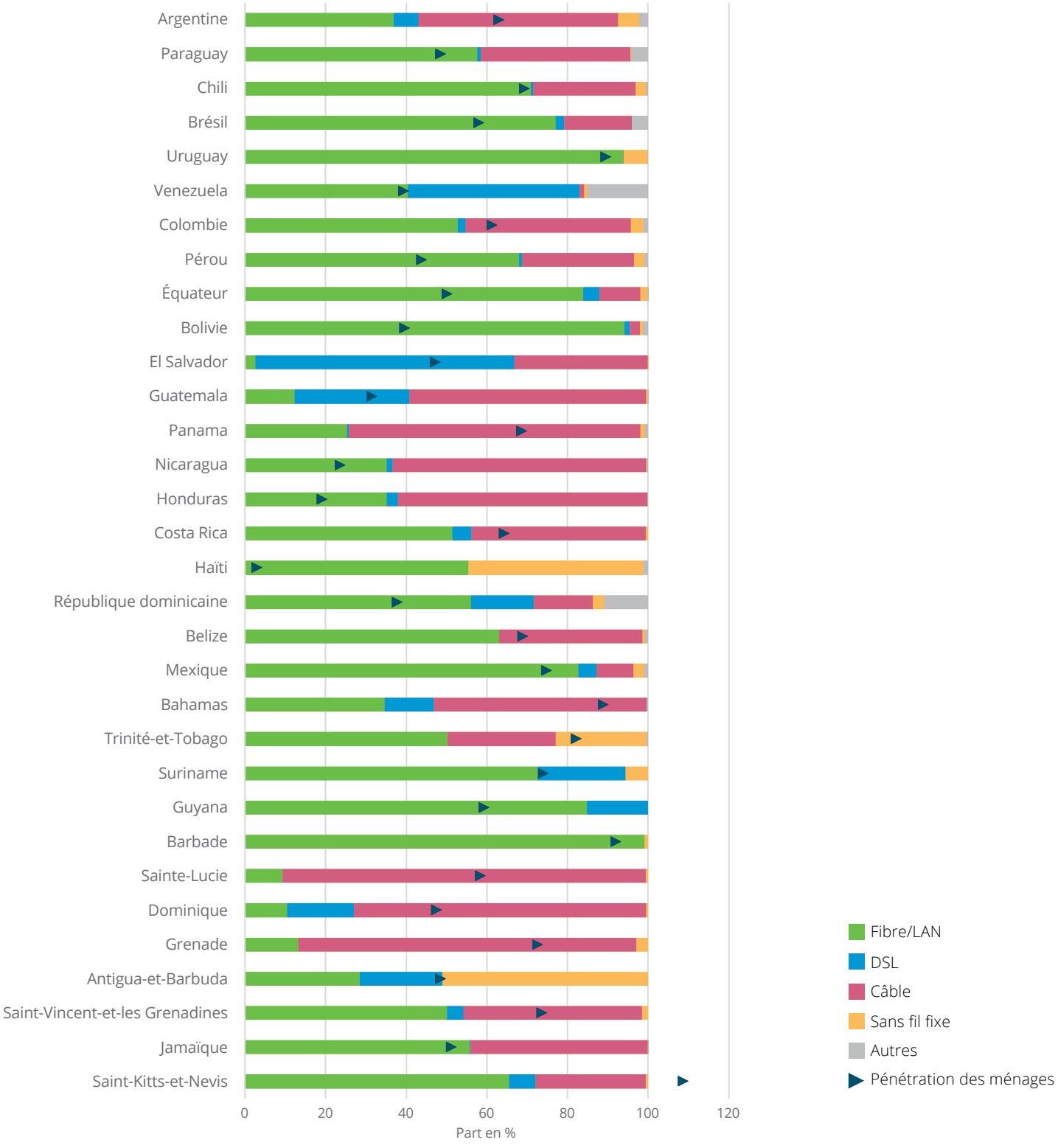
---

44 La latence est le temps, mesuré en millisecondes, que mettent les données pour voyager entre une source et une destination.

45 À Saint-Kitts-et-Nevis, le taux de pénétration dans les ménages dépasse les 100%, ce qui signifie qu'il y a plus de lignes fixes à haut débit que de ménages. En d'autres termes, un ménage peut avoir plus d'un abonnement, par exemple lorsque les gens utilisent des lignes séparées pour leurs besoins personnels ou professionnels, ou lorsqu'il y a plus d'une famille dans un ménage.

46 Dans la figure 2.2, "fibre/LAN" désigne un réseau local qui utilise des câbles en fibre optique pour connecter des appareils dans une zone géographique limitée, telle qu'un bâtiment ou un bureau.

FIGURE 2.11. Taux de pénétration du haut débit fixe dans les ménages et technologies utilisées dans les pays de l'ALC, 2024 (parts en %)



Source: TeleGeography Data Navigator (https://datanavigator.telegeography.com/dashboard).

Le coût de l'accès à Internet fixe, exprimé en pourcentage du revenu national brut (RNB) par habitant, a diminué ces dernières années, mais des disparités importantes persistent dans la région de l'ALC. Haïti affichait l'un des prix les plus élevés pour les services fixes haut débit en 2024 (38% du RNB par habitant), suivi de l'Argentine (14%) et du Honduras (11%),[47] tandis que le Mexique et le Guyana proposaient les prix les plus abordables (moins de 2%) (UIT, 2025c).

Réseaux mobiles

Une connectivité mobile plus rapide et plus fiable permet aux entreprises de communiquer en temps réel, de se connecter aux chaînes d'approvisionnement, de se bâtir une clientèle plus efficacement et d'offrir aux clients un meilleur accès aux plates-formes en ligne, aux services bancaires mobiles (y compris les paiements numériques) et à de nombreux autres services livrés numériquement. En particulier, dans les pays où les réseaux fixes sont sous-développés, les réseaux mobiles sont un catalyseur essentiel du commerce numérique qui offre des options Internet plus accessibles et plus abordables.

La part de la population desservie par les réseaux 4G et les abonnements mobiles augmente régulièrement, mais des écarts importants subsistent. Dans presque tous les pays de l'ALC, plus de 90% de la population était desservie par les réseaux 4G en 2024. Cela s'est traduit par une couverture relativement élevée des abonnements, puisque les abonnés mobiles uniques représentaient 70% de la population ou plus au Chili (70%), en Uruguay (74%) et au Costa Rica (79%). La plupart des autres pays de la région se situaient dans une fourchette de 50% à 68%.[48] La 5G, qui est essentielle pour faire progresser le commerce numérique grâce à son temps de latence réduit, sa bande passante plus large et sa capacité d'échange de données en temps réel, en est encore aux premiers stades de développement dans de nombreux pays. La République dominicaine est le seul pays où plus de 70% de la population est desservie par cette technologie.[49]

Les prix des forfaits pour les données mobiles varient considérablement d'un pays à l'autre dans les pays de l'ALC. Haïti affichait les prix les plus élevés pour les paniers de données mobiles et de téléphonie vocale (forte consommation), avec 21% du RNB par habitant, suivi du Honduras avec 10%. Les prix les plus bas ont été observés au Brésil, au Chili, au Costa Rica et au Mexique, tous inférieurs à 1%.[50]

47 Le panier de données mobiles "forte consommation" correspond à l'offre la moins chère offrant au moins 5 Go de données mobiles haut débit (256 kbit/s ou plus) proposée par l'opérateur détenant la plus grande part de marché dans chaque économie.

48 Les pays suivants se situent en dessous de la fourchette de 50%: Guatemala (47%), Dominique (47%), Jamaïque (45%), Grenade (40%) et Haïti (27%).

49 Les données ont trait aux abonnés uniques à l'Internet mobile à la fin de la période, exprimées en pourcentage de la population totale du marché. (GSMA, 2025).

50 Le panier de services mobiles est établi sur la base d'une utilisation mensuelle d'un minimum de 140 minutes vocales, 70 SMS et 2 Go de données en utilisant au moins la technologie 3G (UIT, 2025c).

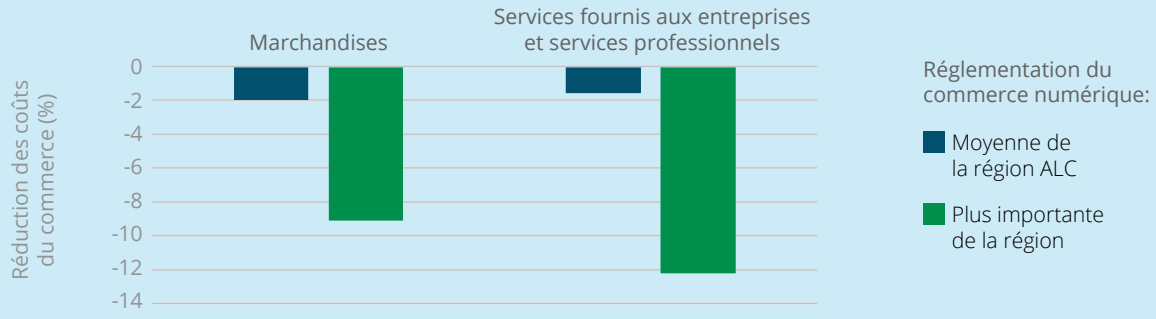
ENCADRÉ 2.2. L'impact des infrastructures et de la réglementation numériques sur les coûts du commerce en Amérique latine et dans les Caraïbes

L'amélioration des infrastructures numériques et de l'environnement réglementaire numérique en ALC permettra d'accroître le commerce en réduisant les coûts liés à l'activité économique transfrontières.

- Les technologies numériques réduisent l'importance de la proximité physique et des interactions en face-à-face dans les relations professionnelles.
- L'accès à Internet, aux plates-formes de commerce électronique et aux paiements électroniques réduit les coûts de transaction et d'information liés au commerce transfrontières.
- Lorsque les services peuvent être livrés numériquement, leur échangeabilité transfrontières augmente.
- Les technologies numériques facilitent les échanges de marchandises grâce à l'amélioration de la logistique, aux systèmes de suivi et aux activités portuaires et aéroportuaires automatisées, ainsi qu'à l'efficacité des douanes, ce qui se traduit par une réduction des délais de transit et des coûts liés à la mise en conformité administrative et réglementaire.

Les estimations obtenues au moyen de l'Indice des coûts du commerce de l'OMC, qui rend compte de tous les obstacles qui rendent le commerce international plus difficile ou plus coûteux que le commerce intérieur, montrent que l'amélioration de la connectivité numérique réduit les coûts du commerce tant pour les marchandises que pour les services (Bellucci *et al.*, 2025). Cela est particulièrement vrai pour les services livrés numériquement, tels que les services fournis aux entreprises et les services professionnels.

FIGURE E. Estimation de la réduction moyenne des coûts du commerce dans la région ALC (%)



Note: La figure montre la réduction moyenne estimée des coûts commerciaux en ALC dans un scénario où tous les pays améliorent leur accès à la large bande mobile pour atteindre au moins le 75ème centile de la distribution mondiale. Les deux colonnes indiquent les estimations faites en fonction des différents régimes de réglementation du commerce numérique

Source: Calculs de l'OMC, d'après Bellucci *et al.* (2025).

Il est important de noter que la réduction des coûts est amplifiée dans un environnement réglementaire ouvert. Si tous les pays de la région amélioraient leur connectivité mobile à large bande pour atteindre au moins le 75ème centile de la distribution mondiale, les coûts du commerce diminueraient de 2% pour l'économie moyenne de l'ALC. Si tous les pays de la région amélioraient leur réglementation en matière de commerce numérique pour atteindre le même niveau que les pays les plus performants (Costa Rica, République dominicaine et Équateur), les coûts du commerce diminueraient de 9% pour les marchandises et de 12% pour les services fournis aux entreprises et les services professionnels (figure E).

Source: Bellucci *et al.* (2025).

Centres de données

Les centres de données sont des installations essentielles pour le stockage, le traitement et la transmission des données générées par les activités économiques numériques. Ils hébergent l'infrastructure et les serveurs qui permettent aux entreprises d'offrir des services en nuage et d'y accéder, de gérer les stocks, de conserver les données clients et de traiter les paiements – autant d'éléments essentiels du commerce numérique. En garantissant des données rapides et fiables et un accès sécurisé à celles-ci, les centres de données aident les entreprises à réduire les temps de latence, à améliorer l'expérience des clients et à se développer sur les marchés internationaux.

Les pays n'ont pas besoin de mettre en place des centres de données nationaux pour se lancer dans le commerce numérique. Avec un environnement réglementaire approprié qui facilite les flux transfrontières de données, les entreprises peuvent accéder à des installations informatiques et de stockage de données à distance.[51] Cependant, la présence de centres de données dans un pays peut être considérée comme un indicateur d'un environnement numérique dynamique, car ce type d'infrastructure nécessite une connectivité fiable et des compétences numériques avancées.

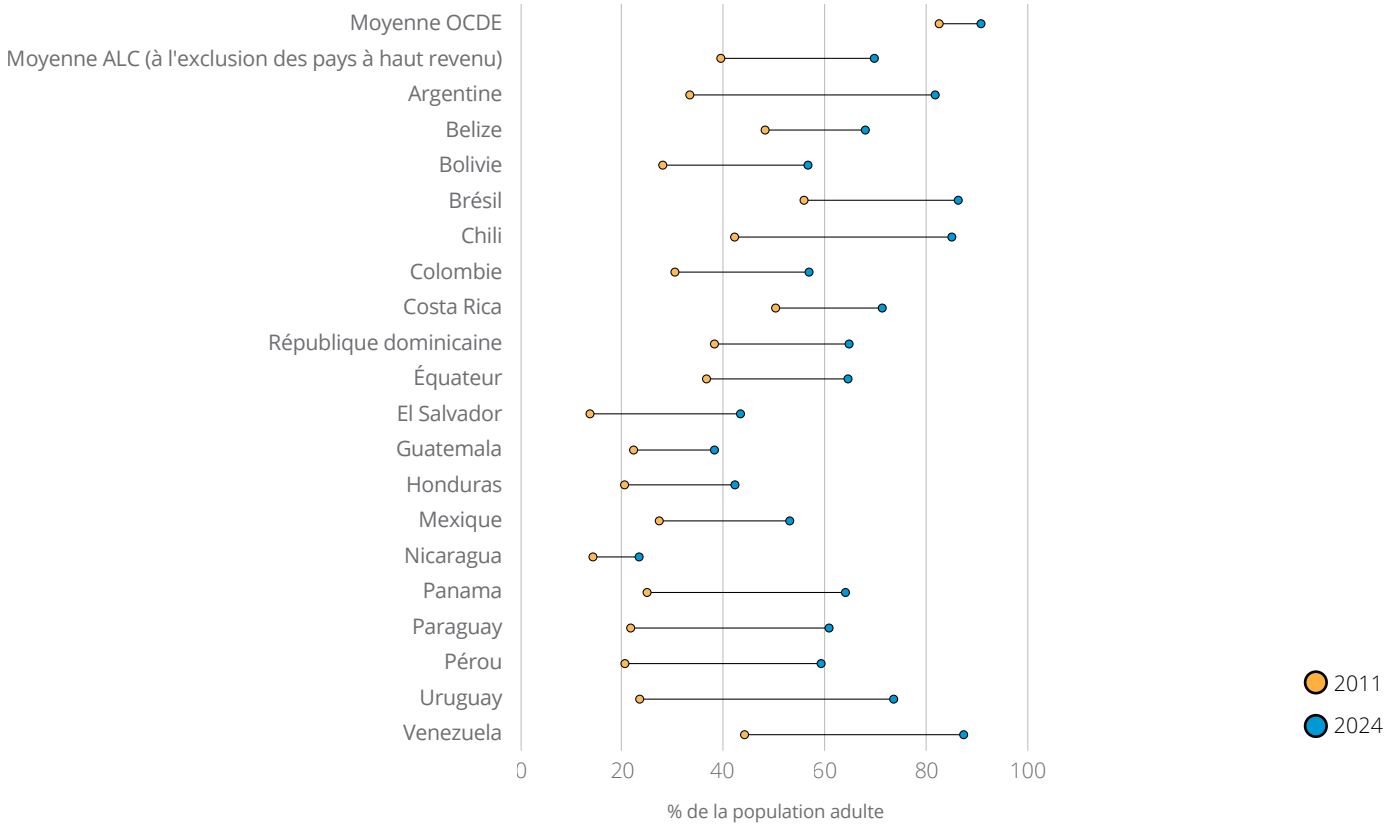
Les centres de données sont confrontés à plusieurs difficultés dans les pays d'ALC, notamment les complexités réglementaires, les problèmes de connectivité et les préoccupations liées à l'énergie. Ces difficultés affectent leur déploiement et leur fonctionnement et elles pourraient nuire à leur capacité à soutenir l'économie numérique et le commerce en pleine croissance de la région. Le nombre de centres de données dans la région varie d'un pays à l'autre et reflète globalement le degré de maturité de l'économie de chaque pays. Le Brésil héberge le plus grand nombre de centres de données (152), suivi du Chili (52) et du Mexique (47), tandis que la plupart des pays de l'ALC en comptent moins de 10 (TeleGeography, 2025). Ces chiffres sont nettement inférieurs à ceux des chefs de file mondiaux: les États-Unis (5 381), l'Allemagne (521), la Grande-Bretagne (514), la Chine (449), le Canada (336), la France (315), l'Australie (307), les Pays-Bas (297), la Russie (251) et le Japon (219) (Fleck, 2025).

51 Si les centres de données peuvent présenter des avantages pour le commerce numérique, la question de savoir si chaque pays doit en construire dépend de plusieurs facteurs, notamment la taille de son économie, ses ressources et ses priorités stratégiques.

Paiements numériques, y compris les paiements transfrontières

Les paiements numériques sont essentiels pour les transactions à distance qui soutiennent le commerce numérique. En 2024, 70% des adultes (âgés de plus de 15 ans) en ALC (à l'exclusion des pays à revenu élevé) disposaient d'un compte d'opérations, ce qui représente une augmentation considérable par rapport à il y a 10 ans (figure 2.12). De plus, 59% des adultes ont effectué ou reçu un paiement numérique en 2024. Les taux d'adoption et d'utilisation des paiements numériques pour les achats en ligne varient considérablement dans la région. Au Guatemala, seulement 1% des adultes ont déclaré avoir réalisé un paiement en ligne auprès d'un commerçant en 2024, contre 40% au Brésil.[52] Selon une enquête réalisée auprès des entreprises, les entreprises formelles de la région indiquent qu'en moyenne 69% de leurs paiements sont effectués par voie électronique, avec peu de variations selon la taille des entreprises et au sein du secteur. Cette part est supérieure à la moyenne mondiale de 59% et, par rapport aux autres régions, inférieure uniquement à celle de l'Europe et de l'Asie centrale (85,6%) et de l'Amérique du Nord (74,2%).

FIGURE 2.12. Adultes en ALC titulaires d'un compte d'opérations, 2011–2024 (%)



Source: Banque mondiale, Global Findex Database.

52 Banque mondiale, Global Findex Database 2025, https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex.

L'introduction de systèmes de paiement rapide (FPS)[53] dans plus d'une douzaine de juridictions d'Amérique latine et des Caraïbes (comme SINPE Movil au Costa Rica et Transferencias 3.0 en Argentine) a considérablement amélioré la rapidité, la commodité et l'abordabilité des paiements numériques, mais l'utilisation de ces systèmes dans les opérations de personne à entreprise (P2B) reste sous-développée, sauf pour Pix au Brésil (Banque mondiale, 2025c). L'encadré 2.3 porte sur les FPS régionaux en Amérique centrale.

ENCADRÉ 2.3. Renforcement des infrastructures de paiement transfrontières sous-régionales en Amérique centrale

Le *Système d'interconnexion des paiements* (SIPA) est une infrastructure de paiement sous-régionale créée en 2011 en Amérique centrale. Il est hébergé par la République dominicaine et compte parmi ses participants les banques centrales du Costa Rica, d'El Salvador, du Guatemala, du Honduras et du Nicaragua. Malgré plus d'une décennie de fonctionnement ininterrompu, le SIPA n'a pas encore atteint son plein potentiel. Les évolutions récentes montrent que des politiques de paiement et des réformes infrastructurelles appropriées au niveau national peuvent avoir une incidence considérable sur l'adoption du système. Au cours de ses 10 premières années de fonctionnement, les transactions effectuées au moyen du SIPA ont progressé à un rythme modéré, freinées par un manque de diversité des participants, une automatisation insuffisante, une expérience utilisateur médiocre et des promotions limitées. De son lancement en 2012 à 2022, le SIPA a traité environ 38 000 transactions pour une valeur totale de 1,4 milliard d'USD. À titre de comparaison, pour la seule année 2024, le SIPA a enregistré près de 43 000 transactions. Cette évolution a coïncidé avec le lancement de Transfer365 CA-RD en El Salvador, une solution de paiement pour les paiements transfrontières régionaux à destination et en provenance d'El Salvador qui utilise le SIPA comme plate-forme technique. La mise à niveau du RTGS d'El Salvador et un nouvel ensemble de règles et de réglementations émises par la banque centrale ont facilité ces évolutions, susceptibles d'ouvrir la voie à de nouveaux cas d'utilisation et de promouvoir davantage l'utilisation du SIPA pour les paiements de détail transfrontières et les envois de fonds internationaux.

Il reste encore une marge de manœuvre importante pour tirer davantage parti du SIPA afin de soutenir l'intégration économique régionale et la transformation numérique. Cela passe notamment par des réformes de son modèle tarifaire et opérationnel, une meilleure harmonisation avec les systèmes de paiement numérique nationaux, une promotion et une stratégie de marque renforcées, ainsi qu'une participation élargie des pays.

Source: Banque mondiale (2026).

53 Les paiements rapides, aussi appelés paiements instantanés ou immédiats, permettent au bénéficiaire de recevoir des fonds en temps réel sur son compte et d'assurer des services 24 heures sur 24.

Il est indispensable de coordonner les efforts afin d'améliorer les paiements transfrontières et, ainsi, de faciliter le commerce numérique. Lorsque les intermédiaires financiers du bénéficiaire et du payeur sont confrontés à des réglementations divergentes ou que les données financières ne sont pas immédiatement interopérables entre les entités concernées, les transactions sont plus lentes et onéreuses, ce qui limite les possibilités d'expansion du commerce numérique. Des éléments de preuve récents donnent à penser que des progrès ont été réalisés concernant la mise en œuvre de la norme ISO 20022 et l'harmonisation, ainsi que l'interconnexion des FPS (Conseil de stabilité financière, 2024).[54] En ALC, les FPS du Brésil (Pix) et du Paraguay (SPI) utilisent la norme ISO 20022, tandis que l'opérateur CCE du Pérou satisfait également à la norme ISO 8583, compte tenu de l'adoption limitée de la norme ISO 20022 par le marché. Si le coût des paiements P2B a diminué en ALC (tombant de 3,3% à 2,7%), il est resté relativement élevé, et seulement 40% environ des paiements transfrontières B2B sont effectués dans un délai d'un jour ouvrable.

Les régimes commerciaux applicables aux services de paiement sont également des facteurs déterminants du commerce numérique. D'après l'IRES relatif aux services bancaires commerciaux, qui englobent les services de paiement (figure 2.3.d), les pays de l'ALC sont généralement plus ouverts que la moyenne mondiale.[55] Toutefois, cette ouverture n'est pas toujours garantie au niveau multilatéral, car il existe relativement peu d'obligations en matière de commerce pour ce secteur au sein de l'OMC (figure 2.4).

Logistique, douanes et autres procédures frontalières liées au commerce électronique

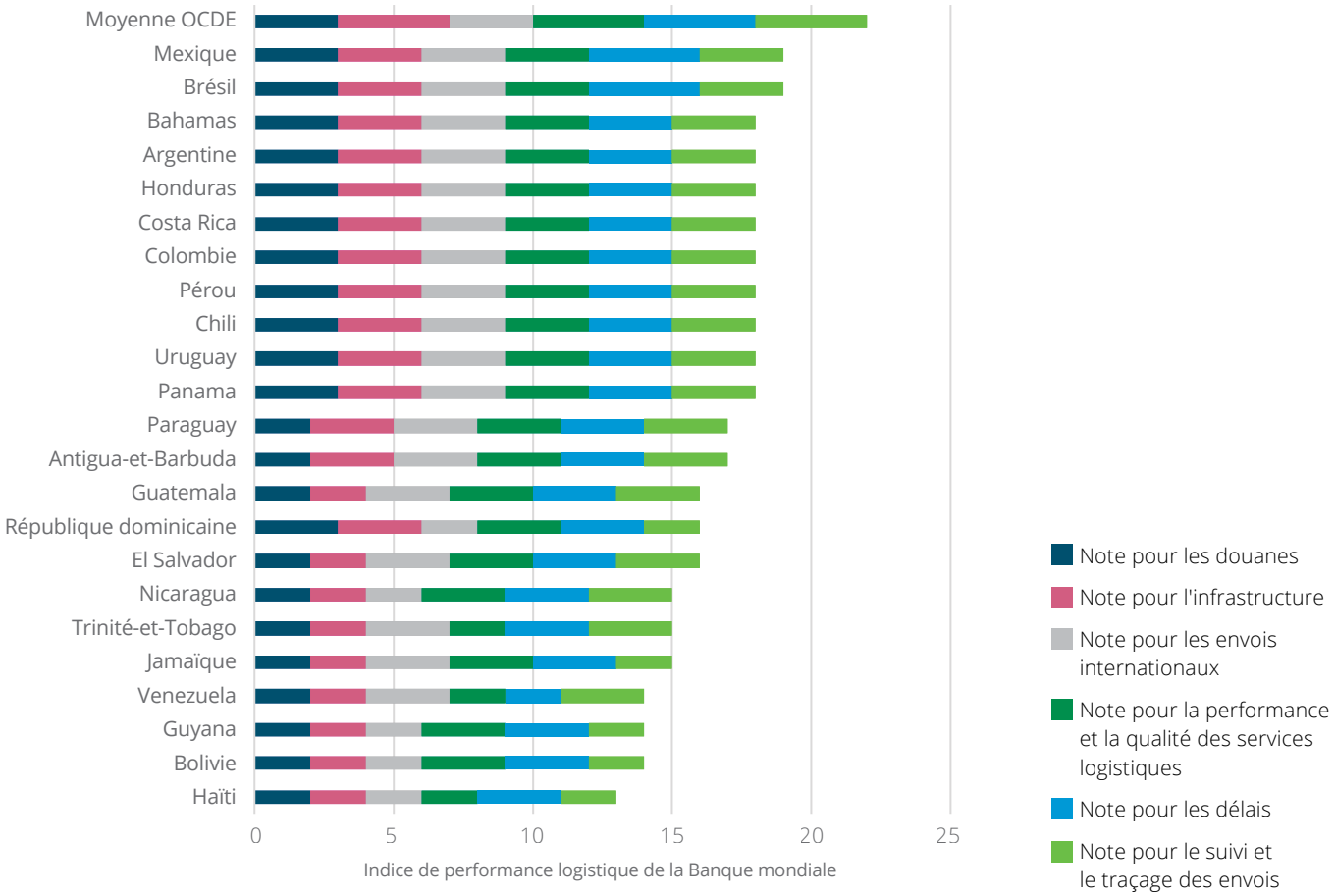
Le commerce des marchandises commandées numériquement nécessite des processus logistiques, douaniers et autres procédures frontalières qui garantissent une livraison rapide en flux tendu. La qualité des infrastructures et des services logistiques en ALC reste inférieure à celle des pays de l'OCDE dans des domaines critiques pour les vendeurs numériques, tels que les infrastructures de transport, la facilité d'obtenir des prix compétitifs sur les expéditions, la compétence et la qualité des services logistiques, et la capacité à suivre et à retrouver les envois (figure 2.13). Les services postaux en ALC auxquels les entreprises ont recours pour expédier des colis, qui sont la marque du commerce électronique B2C, affichent aussi des résultats inégaux en ce qui concerne les indicateurs liés au commerce électronique,

54 La norme ISO 20022 est une norme internationale régissant l'échange de messages électroniques entre les établissements financiers. Elle peut permettre d'obtenir des données plus cohérentes et plus structurées lors du traitement des paiements. À cette fin, les prescriptions relatives à l'harmonisation établies par le Comité sur les paiements et les infrastructures de marché de la Banque des règlements internationaux fournissent aux opérateurs de systèmes de paiement et aux participants à ces systèmes, du secteur public comme du secteur privé, des indications pour une mise en œuvre cohérente de la norme ISO 20022 qui permette de promouvoir des paiements transfrontières plus rapides, moins onéreux, plus accessibles et plus transparents ("les objectifs du G-20"). Elles contiennent des prescriptions spécifiques en matière de données pour les messages ISO 20022 en vue d'accroître l'efficacité des paiements transfrontières.

55 Aux fins de l'IRES, le champ des services bancaires commerciaux comprend la plupart des services proposés par des banques, tels que l'acceptation de dépôts et d'autres fonds remboursables du public, les prêts de tout type, le crédit-bail, les garanties et engagements et les services de règlement et de transfert monétaire.

par exemple, en ce qui concerne la livraison et la traçabilité de bout en bout (Union postale universelle, 2024). Ces difficultés de longue date accroissent les coûts pour les vendeurs en ligne et pour leurs clients (Mesquita Moreira et Stein, 2019, chapitre 7).

FIGURE 2.13. Indice de performance logistique des pays de l'ALC



Source: Indice de performance logistique de la Banque mondiale.

Une question importante à cet égard est de savoir quel est le degré d'ouverture du régime commercial et dans quelle mesure il facilite et favorise l'entrée des entreprises dans les secteurs du transport de marchandises, des services postaux et des services de courrier. Des régimes plus ouverts tendent à favoriser une concurrence accrue et une baisse des prix de ces services, ce qui favorise l'expansion du commerce numérique des marchandises. Comme l'indique l'IRES pour ces secteurs (figures 2.3.b et 2.3.c), le régime commercial appliqué en ALC est relativement ouvert, bien qu'il existe des variations importantes au niveau national. Cet accès n'est toutefois pas entièrement assuré, car les pays de l'ALC ont pris peu d'engagements dans le cadre de l'OMC dans ces secteurs, ce qui laisse la porte ouverte à des changements de politique susceptibles de restreindre les échanges (figures 2.4.a et 2.4.b).

D'autres facteurs déterminants pour le commerce numérique des marchandises sont l'élaboration des procédures administratives établies par les douanes et autres organismes compétents présents aux frontières (par exemple les services de santé et les organismes phytosanitaires), ainsi que les moyens dont disposent les entreprises pour accomplir ces procédures et se conformer ainsi aux règlements applicables existants. Ils déterminent la facilité, la rapidité et la prévisibilité avec lesquelles les expéditions traversent les frontières, ce qui influe de façon importante sur la capacité d'une entreprise à participer aux marchés internationaux et à y développer ses activités (Volpe Martincus, 2016). Ainsi, de longs délais de traitement douanier nuisent aux exportations des entreprises, en particulier aux nouvelles ventes à de nouveaux acheteurs étrangers (Volpe Martincus *et al.*, 2015). Les délais de traitement et les coûts qui en résultent affaiblissent particulièrement les petites entreprises dans les chaînes d'approvisionnement sensibles au facteur temps, dans la mesure où ces entreprises cherchent à répondre aux exigences des clients qui souhaitent des délais de livraison courts (Carballo *et al.*, 2025). Surtout, ces difficultés se répercutent dans l'ensemble de l'économie.

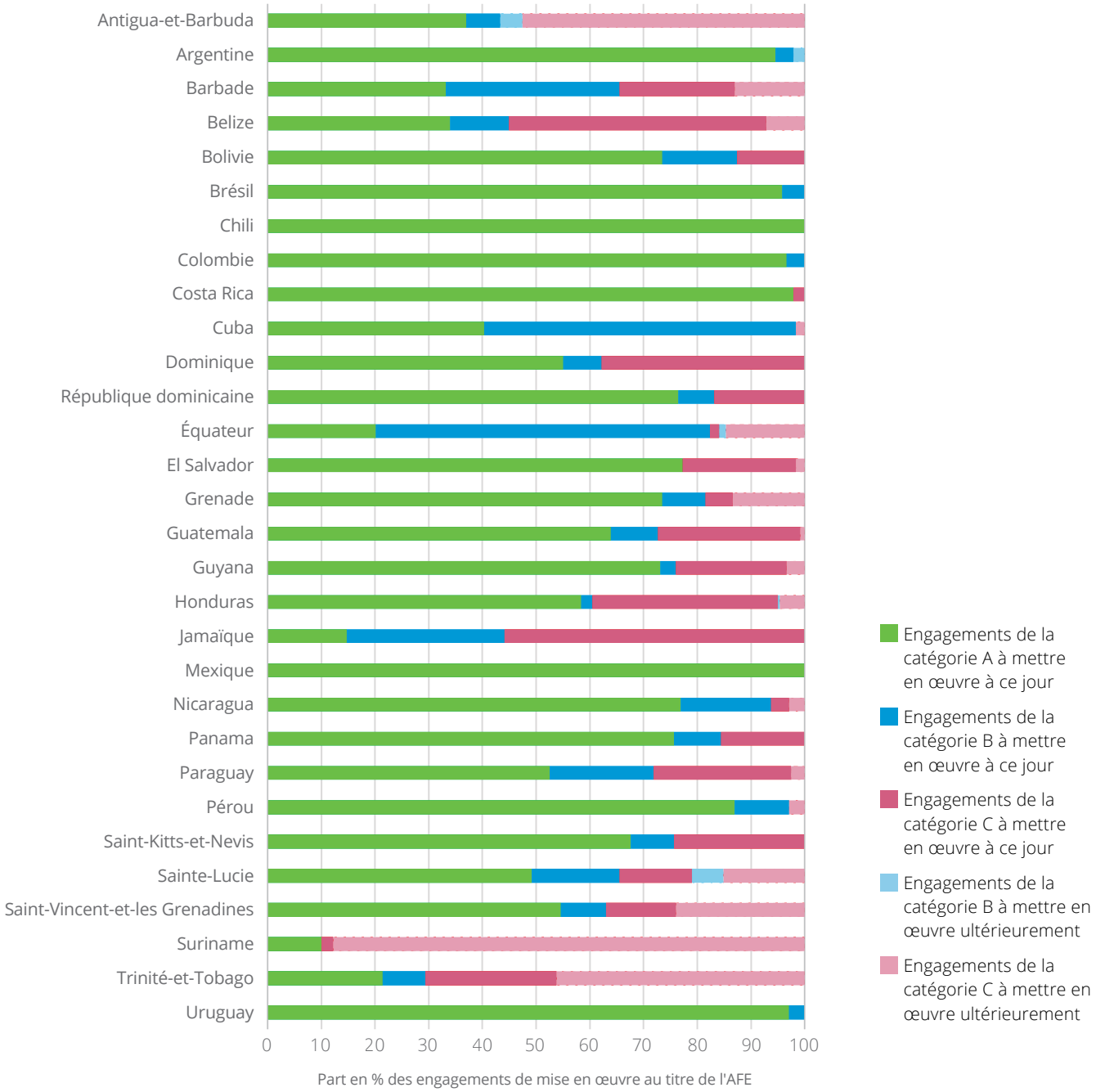
Les pays de la région ont mis en œuvre d'importantes initiatives de facilitation des échanges visant à rationaliser et à numériser les procédures aux frontières. Ces initiatives ont eu des effets positifs considérables sur le commerce international, tant pour les entreprises que pour les pays (Volpe Martincus, 2016).

Plus précisément, la plupart des pays de l'ALC ont signé l'Accord sur la facilitation des échanges (AFE) de l'OMC, qui contient des dispositions visant à accélérer le mouvement, la mainlevée et le dédouanement des marchandises, ce qui profite aux activités de commerce numérique qui dépendent sur une livraison rapide. Tous les pays de l'ALC Membres de l'OMC, à l'exception d'Haïti et du Suriname, ont ratifié l'Accord. Pour certains pays, la mise en œuvre intégrale est déjà achevée; pour d'autres, elle devrait être achevée au plus tard en 2038 (voir tableau 2.2).[56] Il convient de noter que les pays développés devaient avoir mis en œuvre l'AFE au moment de son entrée en vigueur (2017).

Alors que la figure 2.14 présente les engagements de mise en œuvre de l'AFE tels que notifiés par les Membres de l'OMC, d'autres indicateurs mesurent et évaluent la mise en œuvre de la facilitation des échanges à l'aide d'enquêtes ou d'indicateurs supplémentaires. Ces mesures donnent à penser que la lourdeur des procédures administratives aux frontières et une numérisation insuffisante peuvent encore constituer des obstacles importants au commerce des marchandises en ALC, en particulier pour les marchandises commandées numériquement. Par exemple, ces indicateurs montrent que de nombreux pays des Caraïbes et d'Amérique centrale accusent encore un retard par rapport aux économies avancées en matière de numérisation des processus aux frontières, de commerce sans papier, de transparence des processus commerciaux et de coordination entre les organismes présents aux frontières au sein et à l'échelle des pays de l'ALC (figure 2.15).

56 Le Suriname n'a pas encore ratifié l'Accord sur la facilitation des échanges (AFE), mais il a volontairement communiqué ses engagements des catégories A et C, ainsi que les dates indicatives et définitives de mise en œuvre de ses engagements de la catégorie C. Comme indiqué dans sa notification à l'OMC (document de l'OMC G/TFA/N/SUR/1), le Suriname a l'intention de mettre en œuvre les dispositions de l'AFE d'ici 2030. Le Chili et le Mexique ont mis en œuvre toutes les mesures énoncées dans l'AFE dès son entrée en vigueur. Haïti et le Venezuela n'ont pas présenté de notifications concernant les catégories de mise en œuvre de l'AFE; alors qu'Haïti n'a pas encore ratifié l'AFE, le Venezuela s'est attaché à sa mise en œuvre intégrale dès sa ratification en 2024.

FIGURE 2.14. Engagements de mise en œuvre actuels pris par les pays de l'ALC dans le cadre de l'OMC, AFE (%)



Source: Base de données de l'AFE de l'Organisation mondiale du commerce (en décembre 2025).

Notes: La *catégorie A* désigne les dispositions qu'un Membre s'est engagé à mettre en œuvre avant l'entrée en vigueur de l'AFE le 22 février 2017 (ou, dans le cas d'un pays moins avancé Membre, dans l'année suivant son entrée en vigueur, soit le 22 février 2018). La *catégorie B* désigne les dispositions qu'un Membre s'est engagé à mettre en œuvre après une période de transition suivant l'entrée en vigueur de l'AFE. La *catégorie C* désigne les dispositions qu'un Membre s'est engagé à mettre en œuvre à une date postérieure à une période de transition suivant l'entrée en vigueur de l'AFE, et exigeant la fourniture d'une assistance technique et d'un soutien pour le renforcement des capacités.

Conformément aux dispositions de l'AFE, les Membres développés ne sont pas admis à bénéficier des flexibilités prévues pour la mise en œuvre de l'Accord figurant dans la section II (catégories A, B et C décrites ci-dessus). Ainsi, les Membres développés devaient avoir mis en œuvre l'intégralité de l'AFE au moment de son entrée en vigueur (c'est-à-dire pour le 22 février 2017).

FIGURE 2.15. Scores de l'ONU en matière de facilitation des échanges dans les pays de l'ALC et dans les économies développées, 2023 (score composite, maximum = 500%)



Source: Nations Unies, Enquête mondiale des Nations Unies sur la facilitation du commerce numérique et durable (https://www.untfsurvey.org/fr/world).

Ces écarts revêtent une importance particulière, car le commerce des marchandises fournies numériquement a entraîné une augmentation du nombre et de la diversité des envois entrant et sortant de l'ALC. Cette expansion exerce une pression additionnelle sur les organismes douaniers de la région pour permettre le commerce, détecter les fraudes douanières et autres infractions aux règlements, et percevoir les droits, taxes et redevances applicables.

Frictions informationnelles et politiques de promotion des exportations

Malgré les progrès technologiques, les frictions informationnelles continuent d'avoir une incidence considérable sur les exportations. Les entreprises qui font du commerce au-delà des frontières doivent trouver de l'information sur la situation actuelle de la demande et les conditions d'entrée sur les marchés étrangers, notamment pour trouver et évaluer des partenaires commerciaux et des clients potentiels (Volpe Martincus, 2010).

Les plates-formes en ligne peuvent réduire les obstacles à l'information, favorisant ainsi les exportations des entreprises (Carballo *et al.*, 2022). Cependant, dans le domaine numérique, les entreprises doivent améliorer leur compréhension des marchés et des canaux en ligne pour participe au commerce numérique, notamment afin d'optimiser la commercialisation et la vente de leurs services à clients étrangers (Suominen, 2021). De plus, le nombre élevé d'acteurs sur les marchés en ligne peut affecter le fonctionnement des mécanismes existants, et rendre difficile la recherche de vendeurs de qualité (Bai *et al.*, 2022).

Il est important de noter que les renseignements recueillis grâce à des efforts proactifs ont généralement des retombées pour d'autres entreprises, ce qui entraîne des bénéfices indirects et potentiellement les retours pour les pionniers. Les investissements réalisés en vue d'obtenir des renseignements commerciaux pertinents sont donc généralement faibles, entraînant une sous-exportation, tant au niveau global qu'en fonction de la destination, du produit et du service (Volpe Martincus, 2010).

Contrairement aux coûts variables du commerce (tels que les droits de douane ou les frais de transport maritime), les obstacles liés à l'information sont en grande partie fixes: les entreprises doivent dès le début investir dans la recherche de marchés, la mise en conformité et l'établissement de relations avant de pouvoir effectuer leur première vente à l'étranger. Ces coûts sont particulièrement dissuasifs lorsque les entreprises font leurs premiers pas sur les marchés internationaux, qu'elles s'étendent vers de nouvelles destinations ou qu'elles introduisent de nouveaux produits d'exportation, ou encore lorsqu'il s'agit de petites entreprises moins expérimentées qui ne disposent ni des ressources et des réseaux des grandes entreprises (Volpe Martincus et Carballo, 2008, 2010; Volpe Martincus *et al.*, 2012; Lederman *et al.*, 2016).

Les études laissent systématiquement entendre qu'en réduisant ces coûts d'information fixes, les services de promotion des exportations en Amérique latine ont été efficaces pour aider les entreprises à démarrer une activité d'exportation, à accroître le nombre de marchés qu'elles desservaient et le nombre de produits qu'elles exportaient, et à poursuivre leurs activités d'exportation (Volpe Martincus et Carballo, 2008, 2010, 2012; Cruz, 2014; Lederman *et al.*, 2016).

En matière de commerce numérique, les organismes de promotion des exportations sont confrontés à de nouvelles difficultés, notamment la nécessité de concevoir et de mettre en œuvre des programmes destinés à aider les entreprises à surmonter les obstacles spécifiques à cette forme de commerce. Dans cette optique, de nombreux organismes traitent désormais aussi des exportations numériques, 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, qui offre aux entreprises des services de renforcement des capacités et de mise en relation, et les partenariats avec des places de marché en ligne offrent des possibilités supplémentaires d'élargir l'accès aux marchés internationaux et de surmonter les asymétries d'information.

Capacités et compétences des entreprises pour le commerce numérique

Les exportations numériques d'un pays peuvent découler des capacités des entreprises nationales et des entreprises étrangères en activité sur son territoire, ces dernières apportant généralement de l'étranger des connaissances, des compétences et des technologies.[57] L'ensemble de ces aspects sont généralement pertinents tant pour les marchandises que pour les services échangés numériquement.

57 Voir le chapitre 1 pour une discussion sur le rôle de l'IDE dans le commerce numérique.

Capacités

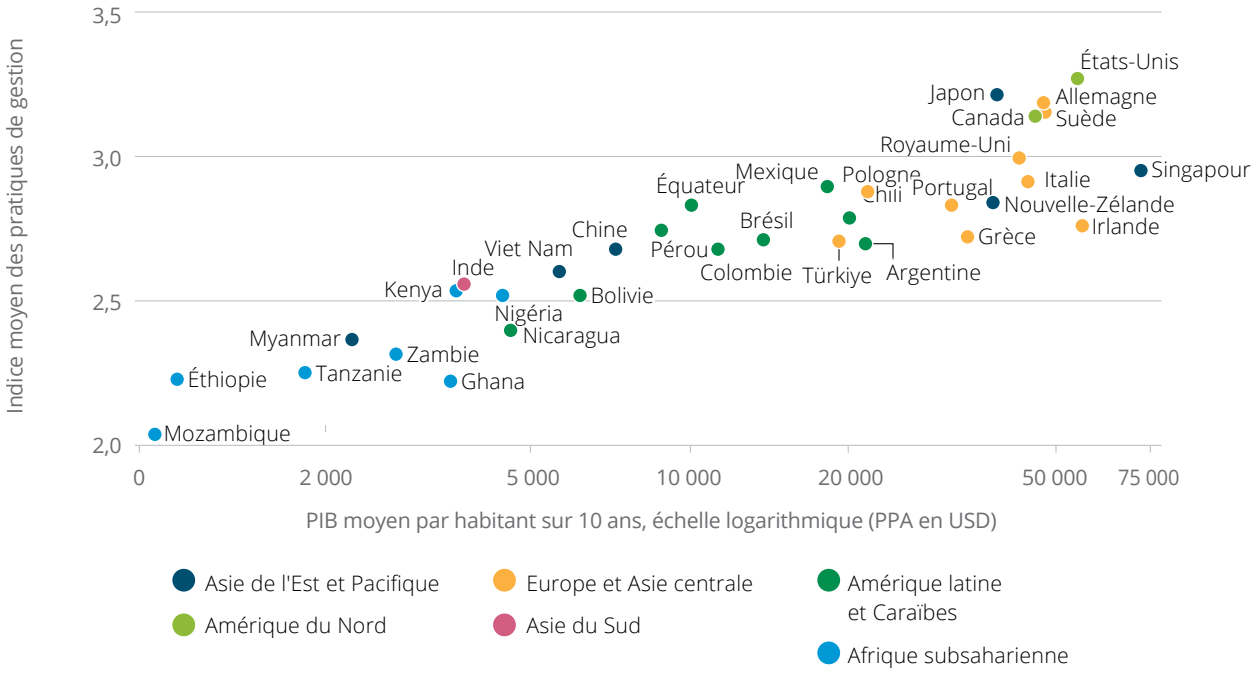
La région de l'ALC accuse un retard en matière de capacités des entreprises, lesquelles constituent un facteur déterminant de sa capacité à innover et à participer au commerce international. La capacité d'absorption technologique d'un pays dépend de son niveau de compétences de base dans le domaine technique, en matière de gestion et d'entrepreneuriat, ainsi que de l'existence d'institutions de soutien autres que de marché liées au savoir, telles que les universités et les organismes de recherche publics. Celles-ci permettent aux entreprises de comprendre les nouvelles technologies, d'évaluer leur rentabilité par rapport aux options existantes, de financer et de mettre en œuvre ces technologies sur une longue période de gestation, ainsi que de gérer les risques et les défaillances potentielles (Cirera et Maloney, 2017; Maloney *et al.*, 2025).

Les capacités internes des entreprises sont déterminées par le capital humain, à savoir à la fois les pratiques de gestion et les compétences techniques de la main-d'œuvre. En ALC, les entreprises dirigées par des cadres titulaires d'un diplôme universitaire qui ont étudié à l'étranger et/ou qui ont travaillé dans de grandes entreprises ou chez des fournisseurs de chaînes de valeur mondiales ont tendance à adopter et à utiliser des technologies plus sophistiquées (Maloney *et al.*, 2025). Les dirigeants mieux formés sont plus à même d'identifier les connaissances, d'évaluer les risques, d'employer des travailleurs plus qualifiés et de mettre en œuvre les pratiques de gestion et les structures organisationnelles nécessaires pour adopter et utiliser des connaissances complexes. L'exposition aux technologies et aux pratiques de gestion internationales renforce encore leur capacité à prendre des décisions éclairées.[58]

Les entreprises en ALC affichent une qualité de gestion moyenne inférieure à ce que laisserait présager leur niveau de revenu (voir la figure 2.17). Le projet World Management Survey a montré que les entreprises des pays en développement devaient encore acquérir une grande diversité de capacités capitales pour la croissance. Parmi les pays d'ALC inclus dans le World Management Survey, seul le Mexique affiche des notes de gestion supérieures au niveau que laisserait présager son PIB par habitant, tandis que l'Argentine, le Brésil et le Chili affichent des résultats nettement inférieurs. Les entreprises de l'ALC ont, en moyenne, des résultats bien inférieurs à ceux des entreprises à la frontière (de premier plan au niveau mondial) pour ce qui est des aspects liés à la gestion, y compris la surveillance, l'adoption de processus en flux tendu, les mécanismes de remontée d'informations en interne, la planification à long terme et la mise en place d'objectifs, ainsi que les politiques relatives aux ressources humaines. En général, les entreprises de l'ALC ont tendance à recourir moins souvent aux pratiques de gestion structurées qui sont importantes pour la performance de l'entreprise et pour la gestion des projets de R&D (Bloom et Van Reenen, 2007).

58 L'essor des licornes (entreprises dont les recettes dépassent 1 milliard d'USD) en ALC reflète l'émergence d'entrepreneurs de haut vol, mais aussi l'importance que revêtent l'expérience internationale dans leur formation et les sources mondiales de capital-risque, qu'il est difficile de reproduire localement (Maloney *et al.*, 2025).

FIGURE 2.16. Compétences de gestion et niveaux de revenus en ALC et dans le monde, 2004–2022

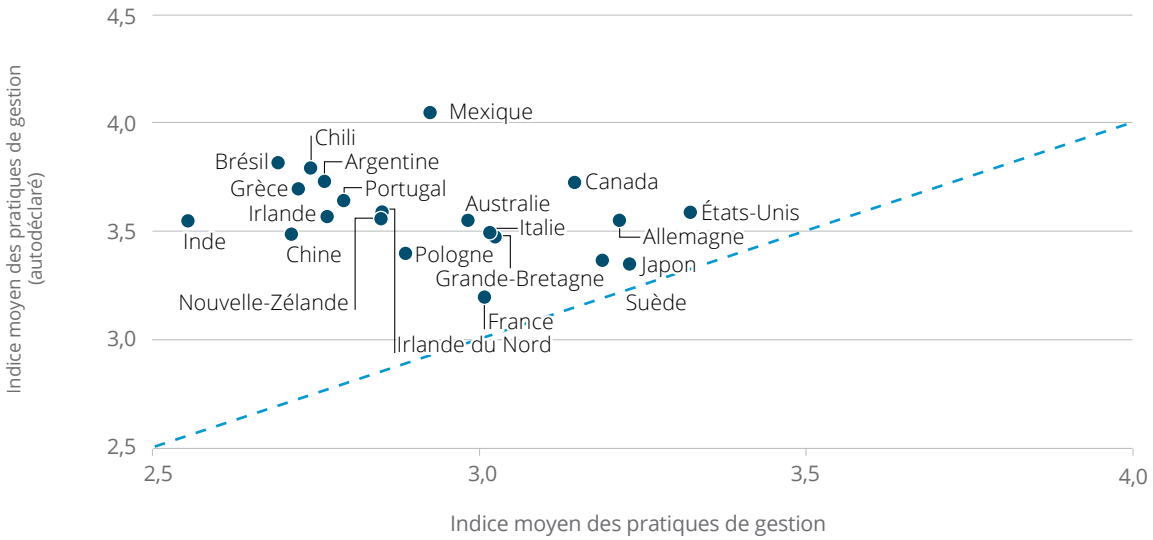


Source: Maloney *et al.* (2025), d'après Bloom *et al.* (2014b), sur la base des données du World Management Survey (https://worldmanagementsurvey.org/) et des Indicateurs du développement dans le monde de la Banque mondiale (https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators).

Note: L'axe des ordonnées présente les notes moyennes en matière de gestion au niveau national pour l'ensemble des entreprises du secteur manufacturier; pour chaque entreprise, une note moyenne est calculée à partir de plusieurs pratiques de gestion. Années observées: 2004–2022; le PIB par habitant correspond à la moyenne pour la période 2012–2021. PPA = parité de pouvoir d'achat.

Des données provenant du monde entier donnent à penser que les compétences en gestion peuvent être enseignées aux entreprises existantes, avec des effets positifs sur leurs résultats qui peuvent s'avérer durables (Bloom *et al.*, 2020; Iacovone *et al.*, 2022; Bianchi et Giorcelli, 2019; et Atkin *et al.*, 2017). Pourquoi, alors, la qualité de la gestion reste-t-elle relativement faible? Les données de World Management Survey, qui comparent les auto-évaluations des dirigeants concernant les pratiques de gestion de leur entreprise avec les évaluations d'experts, montrent que les entreprises de l'ALC surestiment la qualité de leur gestion (figure 2.18). Cet écart laisse entendre qu'une approche plus proactive visant à aider les entreprises à améliorer leurs capacités de gestion pourrait être justifiée.

FIGURE 2.17. Comparaison entre les pratiques de gestion déclarées par les entreprises elles-mêmes et celles évaluées par des tiers dans les entreprises de l'ALC et les entreprises mondiales



Source: Cirera et Maloney (2017), d'après Bloom et Van Reenen (2007), sur la base des données du World Management Survey.

Les capacités numériques sont également essentielles pour participer aux chaînes de valeur mondiales, où les grandes entreprises exigent de plus en plus des fournisseurs qu'ils se conforment à un ensemble d'obligations numériques, en matière de gestion des données et de cybersécurité.[59] Les capacités numériques varient en fonction de la taille des entreprises et des secteurs. Environ la moitié des entreprises des pays de l'ALC qui ont participé aux enquêtes sur les entreprises dans le contexte de la COVID-19 ont déclaré avoir lancé ou intensifié leurs activités en ligne depuis le début de la pandémie.[60] Les entreprises étaient plus susceptibles de lancer ou de développer une activité en ligne si elles i) exerçaient leurs activités dans le secteur des services, qui nécessite généralement moins d'investissements et de logistique; ii) étaient de taille moyenne, et disposaient donc potentiellement d'une base de capacités suffisante pour soutenir de nouveaux modèles économiques ou de nouvelles initiatives commerciales; et iii) étaient financées par des capitaux étrangers, ce qui peut leur fournir des liens vers des marchés plus éloignés et un accès à des capacités de gestion, des modèles économiques et des technologies facilitant le passage au numérique.[61]

59 Selon une enquête réalisée en 2024 par Nextrade Group auprès de 250 fournisseurs mexicains et costariciens dans les secteurs de l'automobile, de l'électronique, de l'habillement et de l'agroalimentaire, plus de 80% des entreprises ayant diversifié leurs clients de 10% ou plus au cours des trois dernières années avaient également mis en place des systèmes de cryptage, des contrôles de données réguliers et des pratiques de cybersécurité, tandis que plus de 70% avaient instauré des pratiques de gestion des risques liés aux tiers et des systèmes de traçabilité.

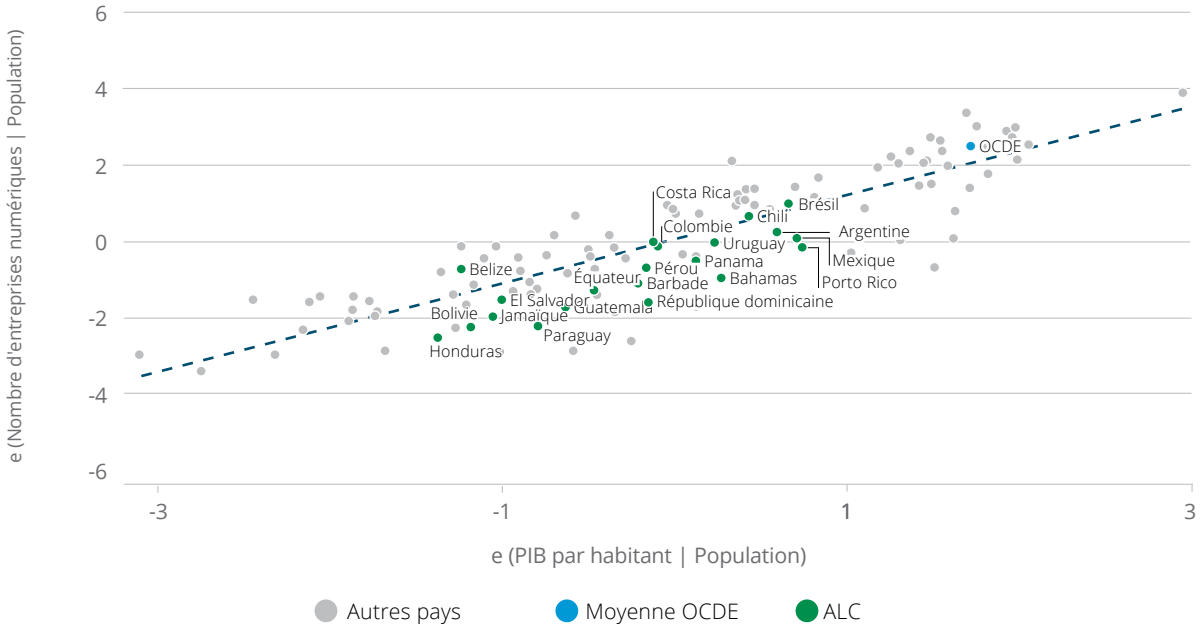
60 Enquêtes auprès des entreprises – Enquêtes sur la COVID-19 (effectuées en 2021 et 2022), https://www.enterprisesurveys.org.

61 En outre, une enquête portant sur plus de 2 000 entreprises d'Amérique centrale (SFI 2021) a constaté que les entreprises des secteurs de services – services d'externalisation des fonctions de l'entreprise et services financiers – étaient proportionnellement plus nombreuses à utiliser des technologies numériques que les entreprises des secteurs d'exportation plus traditionnels comme l'agriculture et l'industrie légère. Le perfectionnement et l'adoption des technologies varient également largement entre les entreprises du même secteur, sans doute en raison du caractère hétérogène des coûts et des gains liés aux différentes technologies disponibles dans l'ensemble des fonctions de l'entreprise.

Le secteur privé peut contribuer à renforcer les capacités numériques des entreprises. Par exemple, le Centre Mastercard pour une croissance inclusive gère l'initiative Strive Colombia, qui vise à accompagner la transformation numérique des petites entreprises du pays. Le programme fonctionne conjointement avec des organisations telles que Fundación Capital et l'initiative Financial Access de l'Université de New York pour aider à soutenir plus de 80 000 micro et petites entreprises afin qu'elles puissent accéder à de nouveaux marchés et développer des circuits de distribution numériques. MercadoLibre apporte également son soutien aux MPME qui se lancent sur les marchés en ligne.[62]

En ce qui concerne les capacités numériques plus avancées, la région de l'ALC compte moins d'entreprises en activité dans les secteurs numériques que ce que l'on attendrait compte tenu de son niveau actuel de développement économique (Zhu *et al.*, 2022). Non seulement cette situation affecte les entreprises qui sont en mesure de participer directement au commerce numérique, mais elle limite aussi l'écosystème des entreprises numériques qui donnent aux autres entreprises les moyens de passer au numérique (figure 2.19).

FIGURE 2.18. Nombre d'entreprises numériques par rapport au PIB par habitant en ALC, 2022–2024



Note: N = 832 433.

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

62 Colombia Mastercard Strive, "Boosting the resilience of small businesses and giving them more opportunities to grow and succeed," https://strivecommunity.org/country/colombia; MercadoLibre, "Iniciativa Impulso al emprendimiento femenino," https://sustentabilidadmercadolibre.com/iniciativas/impulso-al-emprendimiento-femenino.

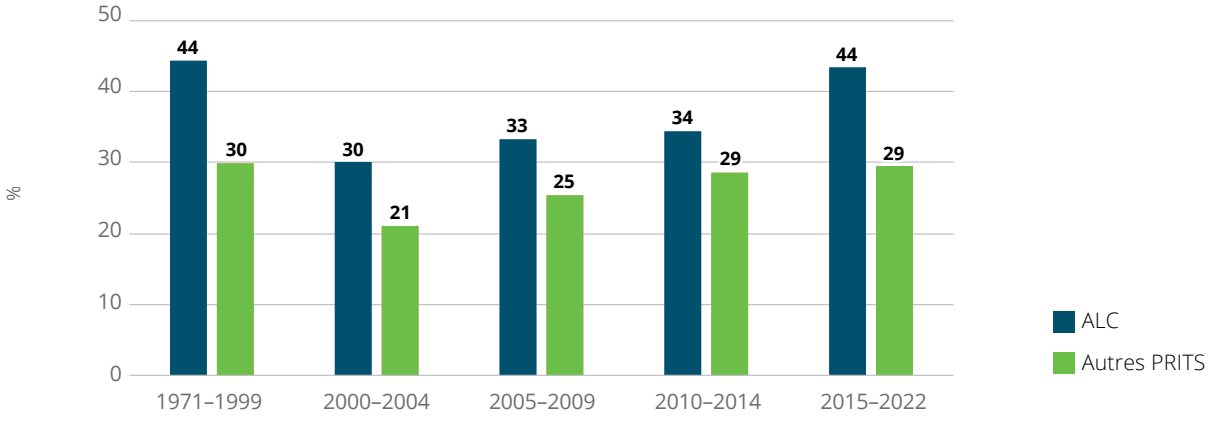
Les entreprises numériques sont concentrées dans les plus grandes économies de l'ALC: le Brésil, le Mexique, l'Argentine, la Colombie et le Chili, qui comptabilisent 85% des entreprises numériques observées[63] et sont les seuls pays de la région à compter plus de 1 000 entreprises numériques. Les principaux sous-secteurs, du point de vue du nombre d'observations d'entreprises numériques, sont la vente en ligne, les technologies financières et les technologies de commercialisation (environ 12% respectivement) ainsi que les technologies de gestion d'entreprise (un peu moins de 10%), suivis par les logiciels-services et les services Web (7% et 9%), et l'économie créative, y compris les médias numériques et les technologies du divertissement (9%). Des sous-secteurs plus avancés, tels que l'analyse de mégadonnées et l'intelligence artificielle/l'apprentissage automatique (IA/AA), représentent environ 4% chacun des entreprises numériques observées.

Sur la base du nombre d'entreprises ayant bénéficié d'investissements, l'ALC semble avoir relativement bien réussi dans les sous-secteurs s'adressant aux consommateurs, tels que la distribution en ligne, les technologies financières et les technologies en matière de voyage ("technologies appliquées"), mais elle accuse un retard dans les domaines de l'intelligence artificielle, de l'apprentissage automatique et de l'Internet des objets ("technologies de rupture") (figure 2.20). Cette tendance concorde avec les données sur le nombre d'entreprises numériques. Depuis 2000, une proportion croissante des entreprises de technologies appliquées qui reçoivent des investissements dans le monde se trouvent en ALC; cette part a atteint plus de 40% en 2015–2022 et reste supérieure à la moyenne des pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure (PRITS). Bien qu'entre 2000 et 2009 l'ALC, dans son ensemble, devançait les autres PRITS en ce qui concerne les entreprises de haute technologie bénéficiant d'un financement, cet avantage s'est déplacé au cours de la période 2010–2022, lorsque d'autres PRITS ont développé leurs propres secteurs de haute technologie (figure 2.20).

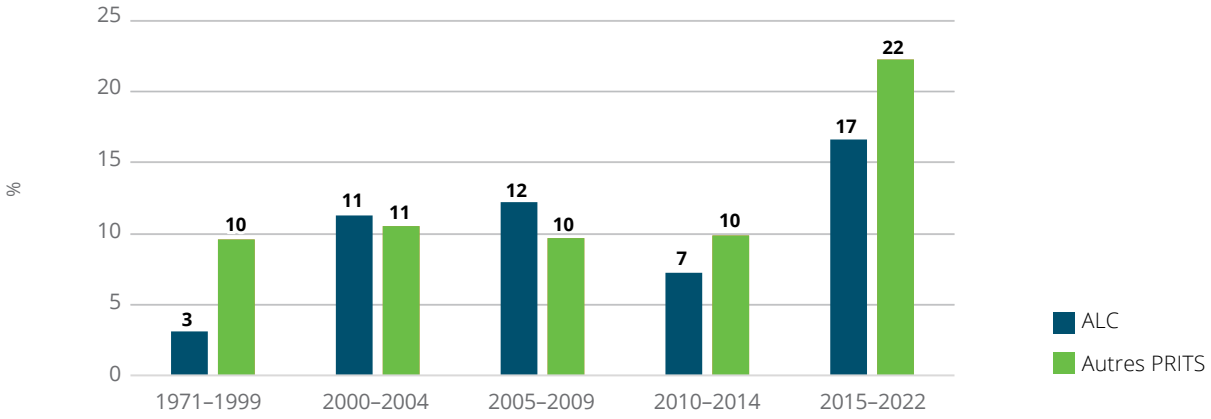
63 La base de données sur les entreprises numériques de la Banque mondiale définit les entreprises numériques comme des entreprises exerçant des activités dans des secteurs numériques qui ont bénéficié d'investissements en capital apparaissant dans des sources internationales. Elle utilise les quatre bases de données ci-après qui rendent compte des investissements réalisés dans le monde: CB Insights, Pitchbook, Crunchbase et BriterBridges. CB Insights est une plate-forme d'information sur les marchés des technologies qui analyse des données sur le capital-risque, les startups, les brevets et d'autres points de données afin d'apporter un éclairage sur les entreprises privées, les activités des investisseurs et les tendances des industries émergentes. PitchBook est une plate-forme d'information sur les marchés des capitaux privés qui présente des données, des recherches et des informations sur le capital-risque, la participation privée et les fusions et acquisitions, afin d'aider les investisseurs et d'autres acteurs du marché à prendre des décisions éclairées. Crunchbase est une plate-forme qui propose une veille économique et des renseignements sur les entreprises publiques et privées, l'accent étant mis sur l'investissement, le financement, le leadership, les fusions et acquisitions, ainsi que des informations, principalement à l'intention des entrepreneurs, des investisseurs et des analystes de marché. BriterBridges est une plate-forme de veille économique et de recherche axée sur les marchés mal desservis et émergents. Une entreprise peut être en activité dans plusieurs secteurs. Dans les "observations d'entreprises numériques", chaque paire entreprise-secteur est comptabilisée comme une observation, de sorte que si une entreprise est présente dans plusieurs secteurs, il y aura plusieurs observations la concernant.

FIGURES 2.19. Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies appliquées et les technologies de rupture dans la région ALC et dans les PRITS, 1971–2022 (%)

Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies appliquées



Entreprises ayant reçu un financement dans les technologies de rupture



Source: World Bank Digital Businesses Database.

Pour comprendre les raisons qui expliquent la participation relativement faible de l'ALC dans les secteurs numériques, il convient d'examiner l'activité innovante dans la région. Tant au niveau régional qu'au niveau national, les pays de l'ALC investissent moins dans toutes les formes d'innovation que les économies avancées (Maloney *et al.*, 2025). Les entreprises de l'ALC tirent moins avantage des partenariats internationaux et des licences technologiques que d'autres régions. Les pays de l'ALC obtiennent de bons résultats dans l'adoption de technologies relativement accessibles et peu coûteuses (telles que les systèmes de planification des ressources des entreprises et de gestion des relations avec les clients), mais elles accusent un retard dans le domaine des technologies de production avancées. En outre, une fois que les entreprises ont adopté des technologies, on observe aussi des défaillances dans leur utilisation productive: si près de 100% des entreprises du Brésil et du Chili ont accès à Internet, seules 50% à 60% d'entre elles ont adopté des technologies numériques avancées et seules 23% à 25% les utilisent de façon intensive (Maloney *et al.*, 2025).

Compétences

Une autre difficulté rencontrée par les entreprises est la limitation des compétences techniques pour l'économie numérique. Les entreprises employant des personnes diplômées dans le domaine des technologies et/ou ayant acquis une expérience dans des entreprises technologiques sont mieux à même d'adopter des technologies et de participer au commerce numérique que celles dont le personnel qui n'a pas d'été exposé aux technologies. Toutefois, ces compétences restent rares. Dans une enquête menée auprès d'entreprises d'Amérique centrale, les petites, moyennes et grandes entreprises ont indiqué que le manque de professionnels hautement qualifiés dans le pays constituait le principal obstacle à l'embauche de personnel capable d'exploiter et de développer les nouvelles technologies (SFI, 2021). Les talents informatiques sont les plus difficiles à attirer et à rémunérer: leur taux de rotation est le plus élevé et leurs profils sont les plus recherchés par les entreprises du secteur (Banque mondiale, 2023). Les petites entreprises peuvent également être désavantagées par rapport aux grandes pour recruter des compétences de haut niveau.[64]

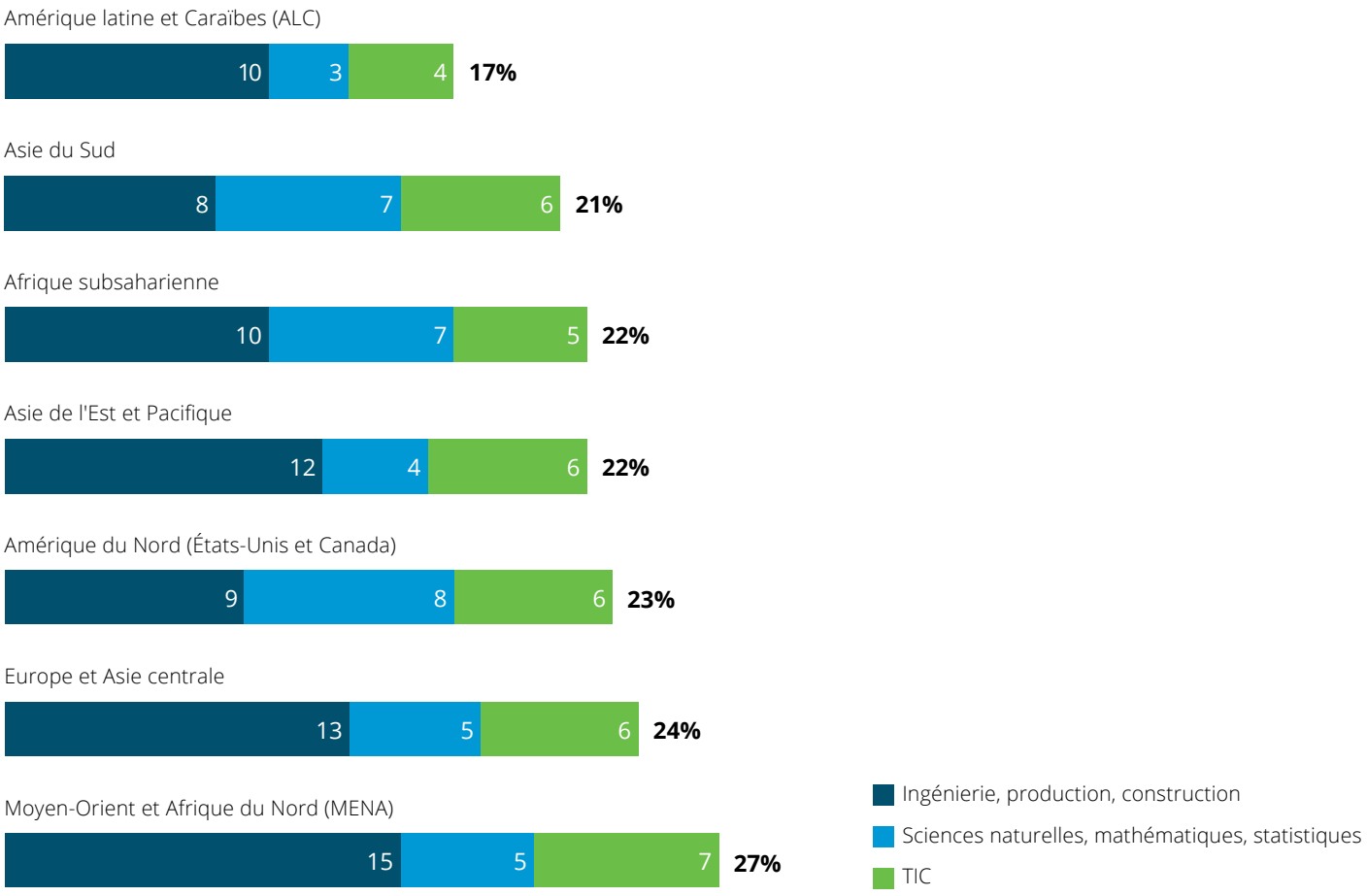
Les enquêtes et les analyses des recruteurs donnent à penser qu'il existe une forte demande pour divers métiers liés à la gestion des entreprises qui font du commerce numérique. Les métiers et les compétences numériques les plus recherchés en ALC sont les suivants (Cuesta Partners, 2024):

- les spécialistes du marketing numérique, qui utilisent l'analyse de données de segments de clients et des méthodes pilotées par l'IA pour promouvoir l'engagement et la rétention;
- les spécialistes de la science des données, qui extraient des informations exploitables des données;
- les responsables des opérations, qui supervisent des domaines spécifiques de réalisation et les services à la clientèle;
- les ingénieurs logiciels et développeurs back-end et front-end;
- les créateurs de contenu, qui élaborent des contenus attrayants;
- les experts de l'interface utilisateur et de l'expérience utilisateur, qui analysent et élaborent des expériences client attrayantes;
- les responsables de la cybersécurité, qui identifient et testent les vulnérabilités, mettent en place des réseaux sécurisés;
- les experts de l'informatique en nuage, y compris gestion de l'infrastructure infonuagique et des applications en nuage natif et connaissance des plates-formes en nuage; et
- les DevOps (intégration continue et déploiement continu pour aider les équipes à tester et à déployer les applications).

64 Par exemple, dans une enquête du Groupe de la Banque mondiale, les entreprises guatémaltèques ont indiqué qu'elles ne pouvaient pas soutenir la concurrence pour attirer des talents compte tenu de la rémunération que les grandes entreprises offraient aux candidats (SFI, 2021).

Outre ces compétences techniques, des compétences relationnelles, telles que la communication et la collaboration, ainsi qu'en ce qui concerne la résolution de problèmes sont nécessaires pour l'économie numérique. Parmi les cadres permettant d'évaluer les compétences numériques au niveau national et de définir des initiatives visant à les renforcer, on peut citer le DigComp 2.2 de l'UE (mis à jour en 2022) et son extension par l'UNESCO, qui servent de références dans plusieurs études (Vuorikari *et al.*, 2022). Le cadre DigiComp 2.2 examine la maîtrise de l'information et des données, la communication et la collaboration, la création de contenu numérique, la sécurité et la résolution de problèmes. Le Cadre mondial pour l'alphabétisation numérique de l'UNESCO s'en inspire et ajoute deux compétences: les compétences de base matériel/logiciels et les compétences liées à la carrière.

FIGURE 2.20. Part des diplômés STIM dans l'ensemble des diplômés de l'enseignement supérieur, dans la région ALC et dans le monde (%)



Source: BID (2021).

Du côté de l'offre de compétences, la proportion de diplômés de l'enseignement supérieur dans les domaines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STIM) – des personnes bien placées pour innover et adopter des technologies dans différents contextes d'application – est faible dans la plupart des économies de l'ALC par rapport aux pays de l'OCDE et aux économies ayant des niveaux de développement similaires (figure 2.20).[65] La Colombie, El Salvador, le Mexique et Trinité-et-Tobago dépassent certaines économies de même niveau de développement en ce qui concerne la production de diplômés STIM. L'ALC surpasse seulement l'Asie du Sud et l'Amérique du Nord dans la catégorie générale de l'ingénierie, de la fabrication et de la construction.

À l'autre bout du spectre, certains pays sont distancés sur les compétences numériques de base à la fois en ce qui concerne l'entrepreneuriat numérique et l'emploi dans les métiers liés au numérique. Comme le montre la section sur la connectivité, dans de nombreux pays de l'ALC, moins de 80% des ménages utilisent Internet. En moyenne, 6% des ménages de la région déclarent ne pas être connectés à Internet en raison d'un manque de compétences numériques, les taux les plus élevés (8% et 9%) étant observés en Uruguay, au Chili, au Mexique et au Brésil. Étant donné que ces pays disposent également de secteurs numériques relativement solides (comme cela est indiqué ailleurs dans le présent rapport), ces chiffres pourraient mettre en évidence des difficultés en matière d'inclusion: même dans les pays dotés d'économies numériques globalement solides, certains segments de la population restent exclus (Banque mondiale et PNUD, 2022).

Enfin, les institutions d'appui telles que les universités et les établissements de recherche jouent un rôle clé dans l'écosystème de l'innovation, en particulier dans le domaine des STIM. L'enseignement supérieur contribue à l'innovation de trois façons: premièrement, il peut développer des compétences en formant des étudiants et des professionnels, des gestionnaires et des techniciens qui adopteront ou produiront des innovations. Deuxièmement, il peut générer de nouvelles connaissances – fondement de l'innovation – grâce à la recherche. Troisièmement, il peut échanger des connaissances avec l'industrie pour innover et développer de nouveaux produits et de nouvelles méthodes de production. Ces missions sont accomplies lorsque les établissements d'enseignement supérieur sont étroitement liés aux entreprises et aux employeurs afin d'évaluer la demande en compétences et en connaissances sur le marché du travail dans le secteur des entreprises et de collaborer à leur production.

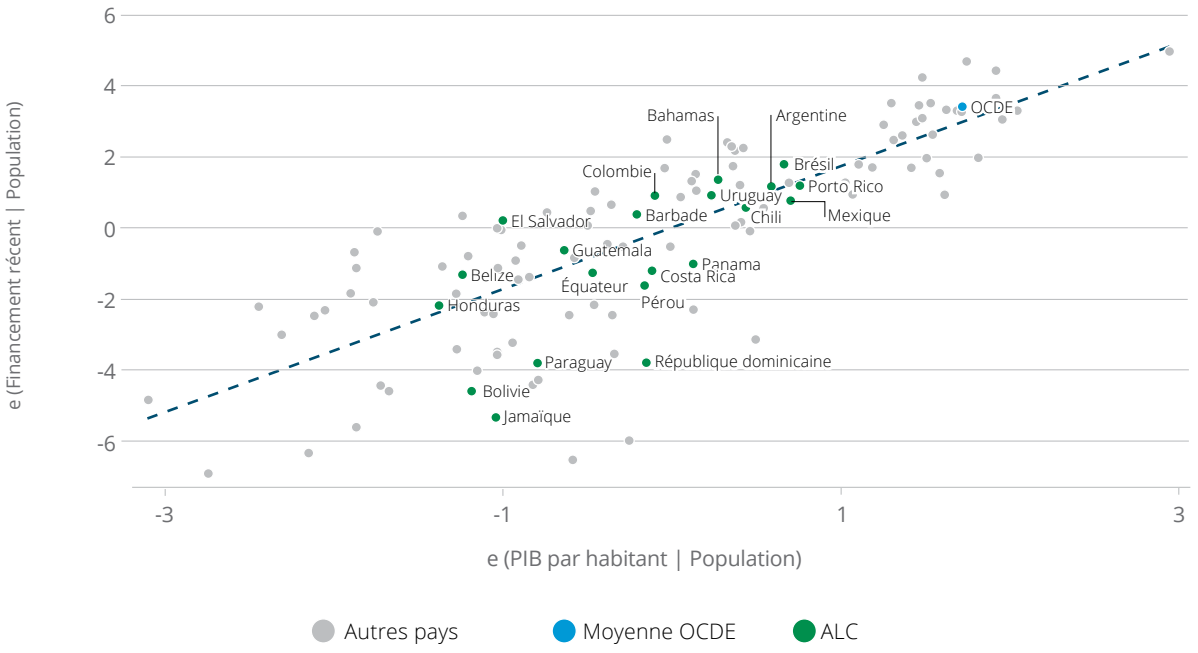
En ALC, il y a un fossé entre les efforts de recherche menés dans les universités et les établissements de recherche et leur application aux besoins du secteur privé (Maloney *et al.*, 2025). Alors qu'aux États-Unis, la majeure partie de la R&D est financée par l'industrie, en ALC, elle est principalement financée par des fonds publics et acheminée par l'intermédiaire des universités. De plus, les domaines des STIM reçoivent une part des dépenses de R&D moins importante en ALC qu'en Espagne ou aux États-Unis (Maloney *et al.*, 2025). Lorsque l'on classe les universités en fonction de leurs revenus provenant de l'industrie (obtenus grâce à des contrats avec l'industrie et utilisés pour mesurer les transferts de connaissances), seulement 1% des 500 meilleurs établissements d'enseignement supérieur au monde proviennent de l'ALC, un pourcentage inférieur à celui de toute autre région (Maloney *et al.*, 2025).

65 Enquête sur l'éducation de l'Institut statistique de l'UNESCO, https://uis.unesco.org/uis-questionnaires. S'agissant des diplômés STIM et de l'innovation, voir Winters (2017).

Accès au financement pour les entreprises orientées vers le numérique

Les entreprises exerçant des activités exclusivement de manière numérique peuvent rencontrer des difficultés particulières dans l'accès au financement, ce qui peut les empêcher de se développer et de participer efficacement au commerce numérique. Ces entreprises peuvent avoir de nouveaux modèles d'entreprise plus innovants, que les banques perçoivent comme étant plus risqués ou pour lesquels elles n'ont peut-être pas développé de capacités d'évaluation des crédits. Ces entreprises peuvent aussi avoir davantage d'actifs incorporels que de garanties traditionnelles. En outre, les entrepreneurs numériques n'ont peut-être pas accès au capital de démarrage, au capital de développement et au capital-risque qui peuvent être utilisés durant les premières phases du développement des entreprises (à la place des prêts bancaires commerciaux). Malheureusement, peu de données sont disponibles sur l'accès au financement bancaire (prêts) des entreprises exerçant des activités dans l'économie numérique, mais en ALC l'accès au financement est généralement limité. Par exemple, seule une entreprise commerciale mexicaine sur quatre bénéficie d'un crédit (et pas seulement d'un financement commercial) auprès de banques locales, et seulement 8% du commerce des marchandises du Mexique obtient un financement commercial, soit moins qu'en Afrique de l'Ouest ou en Asie. De même, en Amérique centrale, les entreprises interrogées ont mentionné les déficits de financement comme étant l'un des principaux obstacles à l'adoption de nouvelles technologies (SFI, 2021).

FIGURE 2.21. Investissements en capital dans les entreprises numériques, ALC, 2022–2024 (millions d'USD)



Note: N = 123 365. X = population.

Source: Banque mondiale, Base de données Digital Business du Département FCI.

En ce qui concerne les investissements en capital dans les entreprises exclusivement numériques, les résultats sont mitigés suivant les pays. Certains pays de l'ALC affichent des niveaux d'investissement plus importants que ne le laisserait prévoir leur PIB par habitant (Uruguay, Brésil, Colombie, El Salvador, Belize et plusieurs autres). Les investissements sont inférieurs au niveau prévu correspondant au niveau de développement en Jamaïque, en Bolivie, au Paraguay, en République dominicaine et dans des pays où l'économie numérique est plus développée, comme le Mexique et le Chili (figure 2.21).

Près de la moitié des investissements en capital dans les entreprises exclusivement numériques d'Amérique latine et des Caraïbes sont destinés aux technologies financières et à la distribution en ligne. Sur l'ensemble des investissements réalisés en 2022–2024, 29% étaient destinés aux technologies financières et 14% à la distribution en ligne. Les services fournis aux entreprises, tels que les solutions numériques pour la logistique, la commercialisation et la gestion des entreprises, occupaient les troisième, quatrième et sixième places, avec entre 5 et 7% des investissements respectivement. Les solutions numériques pour des secteurs spécifiques ont pris le pas sur les autres grands secteurs, y compris l'assurance, la mobilité, la santé, les produits alimentaires, les loisirs, les voyages, l'éducation et les technologies de service (par ordre décroissant), qui représentaient respectivement entre 3% et 5%. La chaîne de blocs, les cryptomonnaies et les logiciels, ainsi que les logiciels-services ont bénéficié, respectivement, de 4% des investissements en capital dans la région.

Conclusion

La participation des entreprises et des pays au commerce numérique est influencée par plusieurs éléments: les politiques commerciales dans le secteur des produits favorisant et utilisant les technologies numériques; les réglementations régissant les marchés numériques; les infrastructures et la connectivité numériques; les paiements numériques; la logistique et les procédures à la frontière permettant le mouvement rapide des marchandises commandées numériquement; les frictions informationnelles; les capacités et les compétences numériques des entreprises; et l'accès au financement. À l'exception des régimes commerciaux appliqués aux 13 pays de l'ALC pris en compte par l'IRES de la Banque mondiale et de l'OMC et des cadres réglementaires, et à des degrés divers selon les pays, les économies de l'ALC ont tendance à afficher des résultats inférieurs à la moyenne dans la plupart des domaines, tant par rapport aux pays développés qu'au niveau mondial. Pour concrétiser le potentiel du commerce numérique dans la région en vue de soutenir la croissance des revenus et de créer des emplois, il est donc nécessaire de s'attaquer à ces contraintes et de renforcer les facteurs sous-jacents. Étant donné que les positions relatives des pays varient selon ces facteurs, des stratégies spécifiques à chaque pays sont nécessaires pour promouvoir le commerce numérique et tirer parti de ses avantages. Le chapitre 3 présente des recommandations et examine la manière dont la collaboration avec les partenaires de développement et au sein de la région peut soutenir ces efforts.

Références

Atkin, David, Amit K. Khandelwal et Adam Osman. 2017. "Exporting and Firm Performance: Evidence from a Randomized Experiment." *Quarterly Journal of Economics* 132 (2): pages 551 à 615.

Banque mondiale. 2021. *World Development Report 2021: Data for Better Lives*. Washington (D.C.): Banque mondiale. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021.

Banque mondiale. 2023. "Digital Economy for Latin America and the Caribbean Country Diagnostic: Colombia." Initiative sur l'économie numérique pour l'Amérique latine et les Caraïbes (DE4LAC). Washington (D.C.): Banque mondiale. https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/88948415-77f6-41fb-a8c0-5d8d415134b5.

Banque mondiale. 2024a. "Global Regulations, Institutional Development, and Market Authorities Perspective Toolkit (GRIDMAP)—Framework and Methodology." Washington (D.C.): Banque mondiale. http://hdl.handle.net/10986/42503.

Banque mondiale. 2024b. "Global Regulations, Institutional Development, and Market Authorities Perspective Toolkit (GRIDMAP)—Consumer Protection Module." Washington (D.C.): Banque mondiale. http://hdl.handle.net/10986/42496.

Banque mondiale. 2025a. 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. 2025b. Digital Business Database. Finance, Competitiveness and Innovation Global Department.

Banque mondiale. 2025c. "Driving Digital Transformation and Inclusion: Fast Payments in Latin America & the Caribbean." Washington (D.C.): Banque mondiale. https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/099103025090536148?deliveryName=DM268340.

Banque mondiale. 2026 (à paraître). "Sistema de Interconexión de Pagos (SIPA): Practical Perspectives and Considerations Based on the International Framework for Interlinking Payment Systems."

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. Le commerce des services pour le développement: Favoriser la croissance durable et la diversification économique. Washington (D.C.): Banque mondiale et OMC. https://www.wto.org/french/res_f/publications_f/trade_in_serv_devpt_f.htm.

Banque mondiale et OMC. 2026. "World Bank–WTO Services Trade Restrictions Index (STRI) Methodology." https://itip-services-worldbank.wto.org/docs/WB-WTO%20STRI%20Methodology.pdf.

Bellucci, Chiara, Stela Rubínová et Roberta Piermartini. 2025. "Better Together: How Digital Connectivity and Regulation Reduce Trade Costs." *Review of International Economics* 33 (3): pages 796 à 814. https://doi.org/10.1111/roie.12807.

Bianchi, Nicola et Michela Giorcelli. 2019. "Not All Management Training Is Created Equal: Evidence from the Training within Industry Program." *SSRN Electronic Journal* 3457878. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3457878.

Bloom, Nicholas et John Van Reenen. 2007. "Measuring and Explaining Management Practices across Firms and Countries." *Quarterly Journal of Economics* 122 (4): pages 1351 à 1408.

Bloom, Nicholas, Aprajit Mahajan, David McKenzie et John Roberts. 2020. "Do Management Interventions Last? Evidence from India." *American Economic Journal: Applied Economics* 12 (2): pages 198 à 219. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/app.20180369.

Blouin, Chantal. 2000. "The WTO Agreement on Basic Telecommunications: A Reevaluation." *Telecommunications Policy* 24(2): pages 135 à 142. https://doi.org/10.1016/S0308-5961(99)00079-8.

Carballo, Jerónimo, Alejandro G. Graziano, Georg Schaur et Christian Volpe Martincus. 2025. "Import Processing and Trade Costs." *Journal of International Economics* 154: 104060. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2025.104060.

Cirera, Xavier et William F. Maloney. 2017. *The Innovation Paradox: Developing-Country Capabilities and the Unrealized Promise of Technological Catch-Up*. Washington (D.C.): Banque mondiale. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1160-9.

Conseil de stabilité financière. 2024. "G20 Roadmap for Enhancing Cross-Border Payments: Consolidated Progress Report for 2024." https://www.fsb.org/uploads/P211024-1.pdf.

Cruz, Marcio. 2014. "Do Export Promotion Agencies Promote New Exporters?" Policy Research Working Paper No. 7004. Washington (D.C.): Banque mondiale. https://doi.org/10.1596/1813-9450-7004.

Cuesta Partners. 2024. "The Most In-Demand Tech Skills in Latin America Right Now." https://www.linkedin.com/pulse/most-in-demand-tech-skills-latin-america-right-now-cuesta-partners-erfse.

Fleck, Anna. 2024. "Which Countries Have the Most Data Centers?" *Statista*. https://www.statista.com/chart/24149/data-centers-per-country/.

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.

GSMA. 2025. *GSMA Intelligence*. https://www.gsmaintelligence.com/.

Hanappi, Tibor, Adam Jakubik et Michele Ruta. 2023. "Fiscal Revenue Mobilization and Digitally Traded Products: Taxing at the Border or Behind It?" Notes du FMI n° 2023/005. Washington (D.C.): FMI.

Iacovone, Leonardo, William F. Maloney et David McKenzie. 2022. "Improving Management with Individual and Group-Based Consulting: Results from a Randomized Experiment in Colombia." *Review of Economic Studies* 89 (1): pages 346 à 371.

Lederman, Daniel, Marcelo Olarreaga et Lucas Zavala. 2016. "Export promotion and firm entry into and survival in export markets." *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement* 37 (2): pages 142 à 158. https://doi.org/10.1080/02255189.2016.1131671.

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*. Washington (D.C.): Banque mondiale. http://hdl.handle.net/10986/43280.

Nations Unies 2024. *Enquête mondiale des Nations Unies sur la facilitation du commerce numérique et durable*. https://www.untfsurvey.org/fr/world.

OCDE. 2000. *Lignes directrices régissant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique*. https://www.oecd.org/fr/publications/guidelines-for-consumer-protection-in-the-context-of-electronic-commerce_9789264081109-en-fr.html.

OCDE et OMC. 2025. *Economic Implications of Data Regulation: Balancing Openness and Trust*. Paris: Éditions OCDE. https://doi.org/10.1787/aa285504-en.

OMC. 2016. "Implications budgétaires du moratoire concernant les droits de douane sur les transmissions électroniques: le cas des biens numérisables." Note de l'OMC JOB/GC/114. Genève: OMC.

Rocha, Nadia, Rodrigo Deiana et Christian Volpe Martincus. 2026. "Understanding the Drivers of Digital Services Trade" (à paraître).

SFI. 2021. "Digital Entrepreneurship and Innovation in Central America." Washington (D.C.): Groupe de la Banque mondiale.

So, R.Y. et Bekkers, E., 2024. "The Trade Effects of a New Agreement on Services Domestic Regulation." Document de travail de l'OMC n° ERSD-2024-02. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202402_e.htm.

Suominen, Kati. 2021. "Accelerating Ecommerce in Mexico." Alliance for eTrade Development. https://www.allianceforetradedevelopment.org/_files/ugd/478c1a_69a171eedd7941e8a976fcc5fb11dbba.pdf.

TeleGeography. 2025. *Data Centers*. https://www.telegeography.com.

UIT. 2025a. *DataHub: Individuals using the Internet*. https://datahub.itu.int/data/?c=701&i=11624&v=.

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

UIT. 2025c. *DataHub: Fixed-Broadband Internet—Affordability ICT Prices*. https://datahub.itu.int/data/?c=701&i=19303.

UIT. 2025d. *DataHub: Mobile Data and Voice High-Consumption Basket*. https://datahub.itu.int/data/?i=38968.

UNESCO. 2024. *Enquête sur l'éducation de l'Institut statistique de l'UNESCO*. https://uis.unesco.org/uis-questionnaires.

Union postale universelle. 2024. "*State of the Postal Sector 2024: 150 Years of the UPU, and Beyond.*" https://www.upu.int/UPU/media/upu/publications/SPS25-EN-1-1.pdf.

Volpe Martincus, Christian et Jerónimo Carballo. 2010. "Beyond the Average Effects: The Distributional Impacts of Export Promotion Programs in Developing Countries." *Journal of Development Economics* 92: pages 201 à 14. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007.

Volpe Martincus, Christian, Jerónimo Carballo et Alejandro Graziano. 2015. "Customs." *Journal of International Economics* 96 (1): pages 119 à 137. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2015.01.011.

Volpe Martincus, Christian. 2016. "Out of the Border Labyrinth: An Assessment of Trade Facilitation Initiatives in Latin America and the Caribbean." Washington (D.C.): BID.

Vuorikari, Riina, Stefano Kluzer et Yves Punie. 2022. *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens*. Luxembourg: Office des publications de l'Union européenne. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128415.

Winters, John V. 2017. "Do Native STEM Graduates Increase Innovation? Evidence from US Metropolitan Areas." Economics Working Paper Series 1714. Oklahoma State University. https://econpapers.repec.org/paper/oklwpaper/1714.htm.

Zhu, Tingting Juni, Philip Grinsted, Hangyul Song et Malathi Velamuri. 2022. *A Spiky Digital Business Landscape: What Can Developing Countries Do?* Washington (D.C.): Banque mondiale. https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/8a3c8fdb-00f2-4a85-b2cd-e0ce7b830db0.

Chapitre 3. Recommandations et voie à suivre

Introduction

Le commerce numérique en ALC s'est développé beaucoup plus rapidement que le commerce "traditionnel". Il offre d'importantes possibilités aux entreprises d'Amérique latine et des Caraïbes de participer au commerce international et aux consommateurs d'accéder à un large éventail de produits et de services provenant du monde entier. Ce type de commerce peut également favoriser la création d'emplois et le développement.

Cependant, comme il est indiqué plus haut, plusieurs difficultés restent à surmonter pour que l'ALC puisse tirer pleinement parti des possibilités offertes par le commerce numérique. Outre la nécessité évidente d'améliorer la mesure du commerce numérique, ces difficultés comprennent celles qui sont associées au régime commercial applicable aux secteurs des marchandises et services numériques de base, aux réglementations et politiques régissant les marchés et le commerce numériques, aux infrastructures numériques et à la connectivité, aux paiements numériques transfrontières, à la logistique et aux procédures à la frontière, à la gravité des frictions informationnelles, aux capacités des entreprises et aux facteurs de production, ainsi qu'aux ressources dont elles disposent (par exemple l'innovation, les compétences numériques et l'accès au financement).

Recommandations[66]

Cette section présente un ensemble de recommandations et de mesures visant à aider les pays de l'ALC à participer davantage au commerce numérique.[67] La combinaison et l'enchaînement appropriés de ces mesures dépendront de l'état actuel du développement du commerce numérique dans chaque pays, des difficultés spécifiques qu'il rencontre, ainsi que des conditions favorables et des contraintes qui sont les siennes.

Recommandation n° 1: Favoriser l'ouverture des marchés et la concurrence pour les produits et services de base

Malgré une certaine variabilité, le régime commercial pour les produits et services essentiels permettant le commerce numérique est relativement libéral dans l'ensemble des économies de l'ALC. Une plus grande libéralisation du commerce de ces produits peut renforcer davantage l'influence de l'ALC en matière de commerce numérique.

66 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.

67 Les listes de mesures proposées ne sont pas exhaustives.

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 des instruments tels que l'AGCS et ses disciplines relatives à la réglementation intérieure dans le domaine des services (voir également les mesures proposées dans le cadre de la recommandation n° 3 ci-après en ce qui concerne les télécommunications).
- 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 de l'ALC se sont engagés à le faire (voir plus bas la section relative à la "Coopération internationale au sein de l'Organisation mondiale du commerce").
- Réduire ou éliminer les droits de douane sur les produits des TIC, y compris en accédant à l'ATI, comme l'ont fait plusieurs pays de l'ALC Membres.

Recommandation n° 2: Renforcer les fondements juridiques et réglementaires du commerce numérique

Les économies de l'ALC ont mis en place des lois et des règlements qui ont amélioré leur niveau de préparation en matière de réglementation du commerce numérique dans des domaines tels que la confidentialité des données, la protection des consommateurs et la cybersécurité. Le cadre réglementaire de la région est également plus souple et plus favorable au commerce numérique que dans de nombreuses autres parties du monde. Les gouvernements de l'ALC peuvent s'appuyer sur ces antécédents en favorisant la mise en place de cadres propices au commerce numérique et une application rigoureuse et transparente des politiques numériques.

Mesures proposées

- Adopter un cadre équilibré pour les transferts transfrontières de données qui réduisent 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, en veillant à s'aligner sur les normes internationales.
- Promouvoir l'alignement ou l'interopérabilité des réglementations numériques, y compris 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 (voir plus bas la section relative à la "Coopération internationale au sein de l'Organisation mondiale du commerce").
- Adopter des lignes directrices claires pour la responsabilité des plates-formes, en suivant les meilleures pratiques.

Recommandation n° 3: Renforcer l'infrastructure numérique et la connectivité pour améliorer l'accès à Internet, l'abordabilité et la participation au commerce numérique

L'Internet de niveau mondial et les connexions à large bande sont des catalyseurs essentiels du commerce numérique. Les économies d'Amérique latine et des Caraïbes ont fait des progrès considérables dans l'élargissement et l'amélioration de la connectivité à Internet au cours des 20 dernières années. Cependant, des lacunes et des disparités subsistent en matière d'accès, de coût et de qualité, ainsi que dans l'élargissement des réseaux de fibre optique, 4G et 5G, qui sont essentiels pour développer et offrir des services livrés numériquement.

Mesures proposées

- Favoriser la concurrence, l'investissement et les réformes réglementaires sur les marchés des télécommunications, y compris en utilisant des outils tels que l'AGCS et son document de référence sur les télécommunications afin de consolider les réformes et de se prémunir contre 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 prendre en charge des services à la pointe de la technologie, livrés numériquement.

Recommandation n° 4: Moderniser les systèmes de paiement transfrontières

Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour améliorer les paiements transfrontières afin de soutenir le commerce numérique en ALC. L'intégration de systèmes de paiement rapide à l'échelle régionale – comme le Système d'interconnexion des paiements (SIPA) en Amérique centrale et en République dominicaine (voir l'encadré 2.3) – peut améliorer l'efficacité et l'adoption des paiements transfrontières, et ainsi réduire les frictions en matière de commerce numérique.

Mesures proposées

- Favoriser des marchés des paiements 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 pour tous les fournisseurs.
- Accélérer la migration vers la norme ISO 20022 pour les systèmes de paiement et promouvoir l'interopérabilité.

Recommandation n° 5: Améliorer la logistique, rationaliser les processus à la frontière et adopter des technologies modernes pour soutenir le commerce numérique des marchandises

Les frictions dans la logistique commerciale limitent le commerce numérique de marchandises numériques en ALC. Les processus à la frontière prennent beaucoup de temps. Lorsqu'ils sont mal conçus et reposent

sur des supports papier, ils allongent les délais d'exécution des entreprises dans le monde en constante évolution du commerce des marchandises commandées numériquement, génèrent de l'imprévisibilité dans les chaînes d'approvisionnement et, au final, font grimper les coûts pour les entreprises et les consommateurs.

Les gouvernements de l'ALC facilitent les échanges de marchandises principalement de deux manières. Premièrement, ils mettent en œuvre des politiques et des pratiques dans le cadre de l'AFE, notamment des règles avancées sur les procédures simplifiées, la coopération entre les douanes et autres services présents aux frontières, ainsi que l'adoption de guichets uniques et de programmes d'opérateurs agréés.[68] Toutefois, d'importantes lacunes subsistent, en particulier en Amérique centrale et dans les Caraïbes. Il est essentiel que les progrès soient partagés: lorsque chaque partie à une transaction commerciale améliore ses mesures de facilitation des échanges, les gains qui en résultent se multiplient.

Deuxièmement, les gouvernements de l'ALC optimisent les processus et les procédures en tirant parti des technologies, telles que la chaîne de blocs, l'Internet des objets et l'IA.[69] Certains groupes douaniers de l'ALC ont utilisé l'IA pour faciliter les processus à la frontière, par exemple pour anticiper la fraude douanière (Lacerda Coutinho et de Schoucair Jambeiro Filho, 2018). Cependant, les pays de l'ALC ont encore beaucoup de marge de manœuvre pour adopter des technologies modernes afin de faciliter davantage le commerce aux frontières.

Mesures proposées

- Investir dans des infrastructures logistiques modernes et des solutions de livraison sur le dernier kilomètre, en favorisant 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.

Recommandation n° 6: Intensifier la promotion des exportations pour soutenir le commerce numérique

La promotion des exportations est un outil essentiel pour aider les entreprises à identifier et à saisir les possibilités offertes par le commerce numérique. Les gouvernements devraient être prêts à intensifier et à adapter ces efforts aux marchés et aux canaux numériques.

---

68 Bien que le terme d'opérateur économique agréé" soit couramment utilisé, l'AFE de l'OMC parle d'"opérateurs autorisés" (article 7:7).

69 Par exemple, les administrations douanières du Chili, de la Colombie, du Costa Rica, du Mexique et du Pérou ont utilisé la plate-forme de chaîne de blocs CADENA, soutenue par la BID, pour partager entre elles, en toute sécurité et en temps réel, des données sur leurs certificats OEA respectifs. Voir Corcuera (2018).

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 tel que des foires commerciales et des renseignements sur 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.

Recommandation n° 7: 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 des entreprises sont essentielles à la croissance du commerce numérique. Même avec une connectivité adéquate et un environnement économique favorable, les entreprises doivent identifier les possibilités, adopter des technologies, embaucher des travailleurs et gérer leurs activités pour traduire ces conditions en ventes et livraisons numériques de marchandises et de services. L'ALC compte moins d'entreprises exerçant des activités par voie numérique que ce que l'on pourrait attendre compte tenu du niveau actuel de développement économique de la région. De nombreuses entreprises de l'ALC ont numérisé leurs capacités de vente et de commercialisation, mais elles n'en sont qu'aux premiers stades de la numérisation de leurs activités. Par ailleurs, de nombreuses enquêtes menées auprès des entreprises indiquent que les entreprises qui se livrent à des activités de commerce numérique et diversifient leurs marchés d'exportation sont des entreprises hautement numérisées qui se sont développées au fil du temps pour tirer parti de multiples circuits en ligne en vue de rejoindre plus de clients, et qui utilisent des technologies telles que les systèmes de planification des ressources d'entreprise et l'IA pour rationaliser leurs activités.

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 dans le domaine des 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 en facilitant l'utilisation de technologies prêtes à l'emploi ou facilement concédées sous licence et la collaboration du secteur privé avec les frontières de la connaissance universelle (par exemple par le biais de liens avec des entreprises multinationales et de la coinvention 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 les droits de propriété intellectuelle et les contrats) en tant qu'indicateurs de la valeur et de la capacité de remboursement des entreprises innovantes.

Recommandation n° 8. Améliorer la façon dont le commerce numérique est mesuré

Il est essentiel de mesurer avec précision le commerce numérique pour en comprendre l'état actuel, évaluer son plein potentiel et concevoir des politiques efficaces pour éliminer les obstacles et favoriser son développement. Il n'existe toujours pas de données cohérentes et comparables sur le commerce numérique entre les pays, ce qui empêche d'avoir un tableau complet de ce type de commerce. Sans données fiables, il est difficile pour les décideurs politiques d'évaluer l'incidence des politiques existantes et de déterminer les domaines dans lesquels des interventions additionnelles sont les plus nécessaires.

En principe, comme le souligne le *Manuel sur la mesure du commerce numérique* (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023), les statistiques du commerce international devraient saisir l'ensemble du commerce numérique, qui constitue un sous-ensemble du commerce total des marchandises et des services. Cependant, les caractéristiques uniques des transactions numériques exacerbent certaines des difficultés de longue date en matière de mesure du commerce. Il s'agit notamment de la participation croissante des petites entreprises et des ménages, qui sont souvent sous-représentés dans les sources de données traditionnelles; de l'accroissement des expéditions de faible valeur en raison des commandes numériques; et du rôle croissant des plates-formes d'intermédiation numérique, qui ajoutent des couches de complexité au suivi et à l'enregistrement des transactions commerciales.

Mesures proposées

- Adopter les normes internationales pour la mesure du commerce numérique figurant dans le *Manuel sur la mesure du commerce numérique* (FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2023).
- 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.[70]

La voie à suivre: Tirer parti de la coopération internationale pour accroître le commerce numérique en ALC

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 de la région en profitent. Une coopération, une coordination et un partage accrus des connaissances au sein de l'ALC ainsi qu'avec les partenaires mondiaux sont essentiels pour relever les défis transfrontières et tirer parti des forces collectives.

Le présent rapport propose un ensemble de mesures qui pourraient aider les pays de l'ALC à accroître leur participation au commerce numérique. Ces recommandations constituent une base commune permettant aux gouvernements d'élaborer des feuilles de route personnalisées qui tiennent compte de leur situation, de leurs priorités et de leurs besoins spécifiques. Ces feuilles de route peuvent aider à hiérarchiser les priorités concernant les mesures, à mobiliser les ressources et à faire appel aux principales parties prenantes, afin de transformer le commerce numérique en un puissant moteur de croissance inclusive et durable. Les organisations internationales telles que le Groupe de la BID et la Banque mondiale peuvent continuer d'être un grand soutien à ces initiatives en aidant les pays à élaborer et à mettre en œuvre des feuilles de route, ainsi qu'en leur fournissant des orientations stratégiques, une coopération technique et des financements concessionnels et non concessionnels. Le cadre fondé sur des règles de l'OMC, quant à lui, peut favoriser l'ouverture, la transparence et la prévisibilité des échanges commerciaux, et soutenir le commerce numérique. Le Secrétariat de l'OMC offre également une assistance technique pour aider ses Membres à mettre en œuvre ces règles et à en tirer parti.

Soutien du Groupe de la BID et de la Banque mondiale

La BID et la Banque mondiale soutiennent les pays de l'ALC dans le renforcement des principaux facteurs déterminants du commerce numérique par le biais d'une assistance technique, de travaux d'analyse et d'un financement. Ces interventions portent notamment sur les réformes des régimes commerciaux et de la réglementation, l'investissement dans les infrastructures, la facilitation des échanges, la promotion des exportations, le soutien au niveau des entreprises et le développement des compétences. Bien que beaucoup ait déjà été fait et que plusieurs initiatives prometteuses soient en cours, des lacunes importantes

70 L'Americas Business Dialogue (ABD) est une plate-forme regroupant plus de 400 multinationales et associations professionnelles qui contribue à la conception et à la mise en œuvre de politiques publiques. L'ABD compte plusieurs groupes de travail, notamment ceux consacrés au commerce et à l'économie numériques, à la facilitation des échanges et à l'IA.

subsistent.[71] Pour tirer pleinement parti des possibilités offertes par le commerce numérique, les pays de l'ALC doivent transposer à plus grande échelle les expériences qui ont donné de bons résultats, les adapter aux contextes nationaux et résoudre les difficultés persistantes. Les exemples fournis dans les sections suivantes illustrent à la fois l'ampleur du soutien et les possibilités de duplication ou d'expansion dans la région.

Politiques et réglementations

Le Groupe de la Banque mondiale et la BID jouent un rôle déterminant en aidant les gouvernements de l'ALC à renforcer les fondements réglementaires du commerce numérique. La BID a travaillé en étroite collaboration avec les pays pour améliorer les cadres juridiques et institutionnels qui permettent aux entreprises, et en particulier aux petites et moyennes entreprises (PME), de participer aux chaînes de valeur numériques. En Argentine, le soutien s'est concentré sur le renforcement de la concurrence dans le secteur des TIC, la promotion des services publics en ligne et la mise en place du Programme numérique comme outil de coordination. Dans les Caraïbes, les activités se sont concentrées sur la facilitation des flux de données transfrontières, l'amélioration de la protection des consommateurs et le renforcement de la confiance dans les transactions numériques dans le cadre du programme One Caribbean.

Le Groupe de la Banque mondiale aide les pays à évaluer et à réformer leur cadre réglementaire au moyen d'outils tels que l'IRES (élaboré conjointement avec l'OMC) et l'évaluation de la DTRR, qui permettent d'identifier les obstacles au commerce numérique. Des diagnostics plus poussés tels que l'évaluation de l'économie numérique et le Global Regulations, Institutional Development, and Market Authorities Perspective (GRIDMAP) de la Banque mondiale offrent une vision plus complète de l'état de préparation des pays au numérique. Ces outils éclairent les réformes dans plusieurs pays des Caraïbes et d'Amérique centrale, notamment par le biais du soutien régional à la réglementation/au numérique pour la facilitation des échanges de la Banque mondiale, qui aide à recueillir des données et à éclairer le dialogue sur le commerce des services numériques. En El Salvador, l'évaluation de l'économie numérique de la SFI a étayé l'approbation de lois modernes sur la confidentialité des données et la cybersécurité. En Amérique centrale, par le biais du soutien régional à la réglementation/au numérique pour la facilitation des échanges, la Banque mondiale contribue à harmoniser les réglementations sur la protection des données, les signatures électroniques et la protection des consommateurs, tout en aidant les MPME à surmonter les obstacles liés au commerce électronique.

Étant donné que de nombreux facilitateurs du commerce numérique – tels que les flux transfrontières de données, la reconnaissance des signatures électroniques et la cybersécurité – sont de nature transnationale, la coopération régionale est devenue de plus en plus importante. Elle favorise l'interopérabilité réglementaire, la sécurité juridique et la confiance, tout en permettant des investissements coordonnés dans des infrastructures essentielles telles que les corridors à large bande et les câbles sous-marins. Le programme South Connection de la BID reprend cette approche en favorisant la convergence des

71 Voir le tableau A.1 de l'Appendice pour un résumé des interventions soutenues par la BID et la BM en rapport avec les facteurs déterminants du commerce numérique.

aspects fondamentaux de la réglementation et en soutenant le déploiement de réseaux régionaux de fibre optique qui réduisent les coûts et élargissent l'accès à travers l'Amérique du Sud.

Infrastructure numérique et connectivité

La coopération internationale est essentielle pour soutenir les investissements dans l'infrastructure numérique à travers l'ALC afin de favoriser le commerce numérique et d'élargir la participation des entreprises à l'économie numérique. La BID collabore avec les gouvernements pour élargir l'accès à la large bande et moderniser l'infrastructure numérique de base. En El Salvador, par exemple, les interventions déployées comprennent la mise en place d'un centre de données géré par l'État et d'une infrastructure infonuagique en vue de fournir l'épine dorsale numérique dont les entreprises ont besoin pour être compétitives sur les marchés en ligne. En Colombie, les réseaux de fibre optique sont étendus aux zones urbaines mal desservies, ce qui aide les entreprises, en particulier les micro et petites entreprises, à surmonter les obstacles à la participation numérique. Ces investissements dans les infrastructures s'accompagnent de réformes en matière de gouvernance numérique, de gestion des données et de compétences numériques afin d'obtenir un effet durable.[72]

La Banque mondiale contribue à ces initiatives dans des pays tels que l'Argentine, le Brésil et les Caraïbes. Un exemple notable est le Projet de transformation numérique des Caraïbes et son prédécesseur, qui a mobilisé un partenariat public-privé régional pour déployer des câbles de fibre optique à haute vitesse à travers neuf îles. Cette initiative a permis de faire relever de 30% à 75% le nombre de ménages bénéficiant de la large bande, de connecter plus de 70 000 personnes et de réduire les prix des services de données mobiles jusqu'à 36% dans certains pays. Ces initiatives favorisent une économie numérique régionale plus inclusive et plus compétitive.

Paiements numériques, y compris les paiements transfrontières

La Banque mondiale soutient l'élaboration et la mise en œuvre de réglementations et de systèmes de paiement pour faciliter les paiements numériques, y compris les paiements transfrontières. Elle fournit également une assistance technique pour renforcer les écosystèmes de paiement numérique dans de nombreux pays de l'ALC, notamment la Barbade, le Belize, la Colombie, le Guatemala, Haïti, la Jamaïque, le Mexique (y compris avec la SFI), les pays de l'Organisation des États des Caraïbes orientales (OECO), le Paraguay, le Pérou et le Suriname. Ces initiatives portent sur la conception et la mise en œuvre d'infrastructures (par exemple pour les systèmes de paiement rapide) ainsi que l'élaboration de stratégies, les réformes juridiques et réglementaires, et le renforcement des capacités en matière de supervision fondée sur les risques.

Dans le cadre du projet de transformation numérique des Caraïbes, la Banque mondiale soutient l'élaboration d'un cadre juridique harmonisé pour les systèmes de paiement et de spécifications techniques pour une plate-forme de paiement rapide pour l'Union monétaire des Caraïbes orientales.

72 Les programmes d'El Salvador comprennent le Programme de connectivité numérique sociale (ES-G1010) et la Coopération technique en matière d'infrastructure numérique (ES-T1386). En Colombie, ce programme correspond au prêt Fibrazo (CO-L1296).

En outre, elle entreprend une étude visant à identifier les possibilités de tirer parti du SIPA, une infrastructure de paiement sous-régionale en Amérique centrale, afin de faire progresser l'intégration économique régionale et le commerce numérique. La Banque mondiale a élaboré des notes techniques sur les paiements numériques et/ou l'inclusion financière numérique dans le cadre de récents programmes d'évaluation du secteur financier dans plusieurs pays, dont la Bolivie, la Colombie, l'Équateur et le Mexique. Les réformes juridiques, réglementaires et politiques favorisant les écosystèmes de paiement numérique ont été reconnues dans les récentes opérations de financement des politiques de développement menées par la Banque mondiale dans plusieurs pays, dont le Pérou.[73]

Amélioration de la logistique et de la facilitation des échanges pour le commerce des marchandises commandées numériquement

Le Groupe de BID et la Banque mondiale soutiennent depuis longtemps les pays d'Amérique latine et des Caraïbes dans l'amélioration de la facilitation des échanges et de la logistique, qui sont des éléments clés pour les marchandises traditionnelles et les marchandises commandées numériquement. Ces efforts se concentrent sur l'amélioration de l'infrastructure logistique et de la gouvernance, la modernisation des procédures douanières et des autres organismes présents aux frontières, et la promotion de l'harmonisation des réglementations et du numérique. Des programmes comme ceux-ci contribuent à réduire les coûts des transactions, à accélérer les délais de livraison et à améliorer la compétitivité commerciale dans toute la région.

Le Groupe de la BID a soutenu des programmes de réforme logistique à long terme dans plusieurs pays. Au Panama, il s'agissait d'élaborer un plan national de logistique, d'identifier les principaux goulets d'étranglement et de mettre en adéquation les investissements publics et privés, y compris le cofinancement de l'expansion du canal de Panama. Par exemple, au Honduras, un ensemble de réformes réglementaires, institutionnelles et infrastructurelles a permis de réduire considérablement le temps nécessaire au passage des frontières – de plus de 74 heures à seulement un peu plus de 2 heures à El Amatillo – et d'améliorer son classement selon l'indice de performance logistique (IPL) du pays, qui est tombé de la 93ème à la 66ème place entre 2018 et 2022. En Colombie, la BID a soutenu la Politique nationale de logistique et les investissements dans les corridors de transport et l'infrastructure portuaire. Ces efforts, combinés à des réformes en matière de douanes et de connectivité intermodale, ont contribué à faire passer l'IPL de la Colombie de 2,7 à 2,9 entre 2018 et 2023.

Au niveau national, le Groupe de la BID a aidé les pays à renforcer les cadres institutionnels et réglementaires et à moderniser les infrastructures frontalières. Par exemple, au Costa Rica, le financement du Groupe de la BID a soutenu la mise à niveau des infrastructures matérielles, des systèmes de contrôle et de la coordination interinstitutionnelle aux frontières, contribuant à la fois à l'efficacité nationale et aux objectifs d'intégration régionale. Au Pérou, une plate-forme numérique de guichet unique a été élaborée pour rationaliser les procédures commerciales, réduire les délais et les coûts de traitement et soutenir l'interopérabilité internationale.

73 La Banque mondiale publiera, fin 2025, une étude régionale sur l'évolution de la transformation des paiements rapides en ALC.

À travers les frontières nationales, le Groupe de la BID joue un rôle central dans l'avancement de la coopération régionale. Une initiative clé est la Plate-forme numérique centraméricaine de commerce extérieur (PDCC), mise en œuvre par le Secrétariat de l'intégration économique centraméricaine (SIECA) avec l'assistance technique de la BID et le financement de l'Union européenne. Ce point nodal numérique relie les systèmes nationaux à travers l'Amérique centrale pour faciliter le commerce et les processus à la frontière, y compris les contrôles douaniers, migratoires et sanitaires. Parmi ses réalisations figure l'intégration de la Déclaration unique centraméricaine (DUCA), qui normalise les données sur le commerce et soutient l'interopérabilité transfrontières. Entre 2021 et 2023, le commerce régional transitant par la plate-forme s'est élevé en moyenne à 7,89 milliards d'USD et a représenté sur plus de 450 000 kg de marchandises.

La Banque mondiale ajoute à ces efforts un soutien national et régional, notamment en matière de modernisation des douanes et d'harmonisation des réglementations. En Amérique centrale, le Groupe de la Banque mondiale travaille avec les gouvernements et le SIECA pour mettre les procédures en conformité avec l'AFE de l'OMC et rationaliser la circulation des marchandises commandées par voie numérique. La Banque mondiale a également soutenu des réformes efficaces en matière d'intégration douanière dans le cadre à son assistance au Guatemala, au Honduras et au SIECA au titre de l'initiative de l'Union douanière en vue d'une intégration poussée. Il s'agit notamment de la mise en place de la FYDUCA, un instrument douanier en ligne d'Amérique centrale qui a éliminé le traitement à la frontière pour 80% des marchandises et réduit les temps de passage moyens de 11 heures à 6 minutes.

Dans les Caraïbes, le Groupe de la Banque mondiale fait progresser les réformes visant à rationaliser la coordination des organismes présents aux frontières et à aligner les pays sur les pratiques commerciales internationales. Elle a soutenu le lancement du Portail d'information commerciale de la Jamaïque et les améliorations apportées aux procédures de gestion des risques et de classification. Des efforts analogues sont en cours à la Grenade, en Dominique et à Sainte-Lucie, avec des réformes axées sur la numérisation et la réduction du temps de dédouanement grâce à des systèmes intégrés tels que le système SYDONIA. Le Groupe de la Banque mondiale aide également les pays de l'OECO à poursuivre la mise en œuvre de l'AFE de l'OMC et à moderniser les processus douaniers.

Au niveau régional, la Banque mondiale collabore avec la CARICOM et l'OECO pour promouvoir des stratégies de facilitation des échanges, accroître l'efficacité des ports et transposer à l'échelle des pays les pratiques qui ont fait leurs preuves. Ces efforts visent à créer un environnement commercial numérique plus intégré et plus compétitif.

Promotion des exportations

La promotion des exportations est un pilier essentiel du soutien apporté par le Groupe de la BID pour aider les entreprises de l'ALC à accéder aux marchés mondiaux et à s'y développer. Grâce à une combinaison de financement, de renforcement institutionnel, d'assistance technique et d'outils numériques, le Groupe de la BID aide les pays et les entreprises, en particulier les PME, à renforcer les capacités nécessaires à la diversification des exportations et à l'internationalisation.

Dans des pays comme la Colombie et l'Uruguay, des programmes nationaux soutenus par la BID ont favorisé les exportations numériques de services et de marchandises à forte valeur ajoutée. Ces efforts, qui combinent des stratégies de promotion des exportations et de l'investissement avec des améliorations en matière de réglementation et le renforcement des capacités institutionnelles.[74]

Au niveau des entreprises, le Groupe de la BID soutient l'internationalisation par le biais d'initiatives ciblées telles que le projet Matriarca en Argentine. Grâce aux technologies numériques – y compris les plates-formes en ligne, l'intelligence artificielle et les outils de vente en ligne – cette initiative connecte les artisanes autochtones à de nouveaux marchés, améliorant la qualité et la traçabilité tout en renforçant la participation aux chaînes de valeur nationales et mondiales.[75]

Il convient de noter que la plate-forme commerciale régionale en ligne ConnectAmericas du Groupe de la BID complète ces efforts en facilitant la promotion des exportations par voie numérique. La plate-forme fournit aux entreprises des outils de formation, des renseignements commerciaux, un accès aux acheteurs internationaux et des mises en relation virtuelles.[76] Son modèle convivial contribue à réduire les coûts du commerce liés aux renseignements et il s'est révélé particulièrement efficace pour stimuler les exportations des entreprises, notamment celles dirigées par des femmes. Une version générique de la plate-forme permet aux gouvernements et à leurs organismes de promotion des exportations de la personnaliser pour une utilisation nationale tout en tirant parti de sa portée mondiale.

Grâce à des instruments de promotion des exportations allant des stratégies nationales à l'innovation au niveau des entreprises en passant par les plates-formes numériques régionales, le Groupe de la BID contribue à libérer le potentiel international des entreprises de l'ALC et à élargir leur participation au commerce mondial, y compris au commerce numérique.

Innovation, esprit d'entreprise et croissance des entreprises

Le Groupe de la BID et la Banque mondiale soutiennent également l'innovation et l'esprit d'entreprise propices au commerce numérique. Le Groupe de la BID propose un outil de bilan numérique qui permet aux entreprises d'évaluer leurs capacités numériques actuelles, d'identifier leurs forces et leurs faiblesses et de trouver des moyens de s'améliorer. Il est important de noter que le Groupe de la BID aide plusieurs pays de la région en mettant en place des interventions spécifiques. Cela inclut notamment le programme Digital Innovation to Boost Economic Development, qui aide les entreprises du Belize à différents stades de maturité numérique. De même, le programme visant à accélérer le programme de

74 En Colombie, la BID a financé un programme visant à promouvoir les exportations de services basés sur la connaissance. En Uruguay, le soutien s'est concentré sur le secteur des services mondiaux, combinant la promotion de l'IED, le renforcement des capacités à l'exportation et la création d'emplois.

75 Le projet Matriarca, soutenu par le laboratoire de la BID, utilise des outils numériques pour moderniser la production et la commercialisation de marchandises artisanales, autonomiser les femmes autochtones et renforcer la compétitivité.

76 ConnectAmericas, élaborée par la BID avec des partenaires tels que Google et DHL, relie plus de 260 000 entreprises à des outils de mise en réseau, d'accès au marché et de formation.

transformation numérique a pour objectif de renforcer l'écosystème d'innovation numérique de Trinité-et-Tobago en s'attaquant aux faibles capacités numériques du secteur privé. Les principales activités sont les suivantes:

- le renforcement des capacités des laboratoires de fabrication, des incubateurs et des accélérateurs;
- la création d'un centre d'excellence pour soutenir la diffusion de connaissances numériques de pointe auprès des entrepreneurs, des jeunes entreprises et des entreprises déjà établies; et
- l'octroi de subventions pour soutenir la transformation numérique et les initiatives en matière d'innovation numérique des entreprises sélectionnées par voie de concours. Au moins 30% des entreprises bénéficiant de la conception et de la mise en œuvre du Plan de transformation numérique sont dirigées par des femmes.

Au Chili et, plus récemment, en Colombie, une initiative de coopération technique baptisée GerencIA a permis d'expérimenter un programme de formation sur les compétences en IA pour les chefs d'entreprise. L'objectif était d'intégrer les technologies émergentes dans la gestion des entreprises. Les résultats préliminaires ont montré une plus grande adoption de la technologie et une tendance à une meilleure intégration de l'IA au sein des entreprises.

Une nouvelle méthodologie d'évaluation de la maturité numérique a été mise en œuvre avec succès en République dominicaine. Ce modèle a permis d'établir des diagnostics, de planifier des améliorations et d'identifier des parcours d'assistance technique pour un groupe d'entreprises du secteur manufacturier. En Équateur, grâce à un modèle de vulgarisation conçu pour fournir une assistance technique aux processus de numérisation, un programme de formation a été mis en œuvre à l'intention des agents de vulgarisation, et le portefeuille de services de la Escuela Superior Politécnica del Litoral a été élargi. Ce renforcement institutionnel a permis à la BID de lancer une opération de prêt visant à renforcer le développement des entreprises au moyen de la numérisation et de la transformation numérique.

En Argentine, au Pérou, à la Grenade, à Sainte-Lucie, à Saint-Martin et au Suriname, la Banque mondiale soutient la conception et la mise en œuvre de programmes qui renforcent les capacités des entreprises, notamment l'adoption de technologies; l'amélioration des capacités de gestion (par exemple par l'incubation, l'accélération, le mentorat et la formation); l'acquisition d'ordinateurs et d'autres équipements pour prendre en charge les opérations numériques. Certains de ces programmes ont également pour objectif l'amélioration de la connaissance des marchés et des liens entre les entreprises et les marchés. Ces programmes passent par des organismes publics nationaux et fournissent une assistance technique et des subventions de contrepartie structurées de diverses manières.

En El Salvador, le laboratoire de la BID s'est associé à la Banque Scotia pour aider les PME à adopter des outils numériques pour les opérations, les versements et la gestion financière. De même, en

Argentine, au Pérou, à la Grenade, à Sainte-Lucie, à Saint-Martin[77] et au Suriname, la Banque mondiale soutient les entreprises par le biais de subventions de contrepartie et d'une assistance technique afin qu'elles adoptent de nouvelles technologies, améliorent leurs compétences en matière de gestion et se connectent plus facilement aux marchés.

Ces efforts sont complétés par des outils de diagnostic tels que l'évaluation de l'économie numérique de la Banque mondiale, qui fournissent une vue d'ensemble du niveau de préparation au numérique des pays, notamment les compétences, les capacités commerciales et les cadres de confiance. Ces outils facilitent la mise en place d'un soutien ciblé à la transformation numérique.

Développement des compétences numériques

Il est indispensable de combler le déficit de compétences numériques pour permettre aux entreprises et aux travailleurs de l'ALC de participer à l'économie numérique. Le Groupe de la BID et la Banque mondiale jouent tous deux un rôle essentiel en soutenant les politiques et les programmes qui alignent les systèmes d'éducation et de formation sur l'évolution des besoins du marché du travail. En collaborant avec des acteurs du secteur privé, des universités et des spécialistes de l'éducation, ces institutions aident les gouvernements à adapter les programmes de formation à l'économie numérique, depuis les connaissances numériques de base jusqu'aux compétences avancées pour les services à haute valeur ajoutée.

Dans plusieurs pays, les efforts vont au-delà de la formation en classe pour promouvoir un apprentissage pratique et pertinent pour le marché. En Uruguay, les programmes de formation avancée soutenus par le Groupe de la BID ont aidé plus de 600 étudiants à développer des compétences numériques et entrepreneuriales, et une part importante d'entre eux travaillent désormais dans des secteurs à forte intensité de connaissances ou lancent leurs propres entreprises. Au Mexique, la formation en informatique en nuage proposée dans le cadre d'un partenariat entre le Groupe de la BID et Google a touché plus de 16 000 étudiants dans 32 États, ouvrant la voie à l'intégration des compétences numériques dans l'enseignement professionnel formel. À Trinité-et-Tobago, et dans le cadre de programmes dans le Cône Sud, le Groupe de la BID aide les MPME et les institutions publiques à renforcer leurs capacités numériques, à la fois par la formation de la main-d'œuvre et en favorisant la transformation numérique des entreprises. La Banque mondiale a fait de l'acquisition de compétences numériques un élément essentiel de ses projets numériques dans les Caraïbes et dans le Cône Sud.

Accès au financement

Il est essentiel d'élargir l'accès au financement pour permettre aux entrepreneurs numériques et aux entreprises innovantes de l'ALC de se développer et d'être compétitifs sur les marchés numériques. Le Groupe de la BID et la Banque mondiale travaillent avec les gouvernements et les institutions

77 Saint-Martin n'est pas membre du Groupe de la Banque mondiale. Le Groupe de la Banque mondiale gère le Fonds d'affectation spéciale pour la relance, la reconstruction et la résilience de Saint-Martin (SXM TF), créé pour faire face aux ravages causés par l'ouragan Irma à Saint-Martin en 2017. Les projets financés par le SXM TF sont mis en œuvre par le gouvernement de Saint-Martin conformément aux politiques et procédures de la Banque mondiale.

financières pour combler les déficits de financement des entreprises en général et des PME et jeunes entreprises ayant des modèles économiques numériques en particulier.

Au Honduras, le projet INNOVA-T du Groupe de la BID soutient les jeunes entrepreneurs en combinant la formation aux compétences numériques et l'accès au financement. L'initiative s'associe à des universités et à la Banco Atlántida pour promouvoir les entreprises dérivées et élargir l'accès au crédit tolérant au risque pour les entreprises en démarrage. De même, en Équateur, la Banque mondiale a accordé une ligne de crédit de 500 millions d'USD aux PME par l'intermédiaire de la Société financière nationale. Cela a permis d'accroître le financement, l'emploi et l'investissement, notamment dans les entreprises des secteurs numériques tels que les technologies de l'information et de la communication (TIC), les services professionnels et le secteur manufacturier (Bruhm *et al.,* 2025). Au Brésil, la SFI a soutenu l'accès au financement pour les industries créatives et les PME innovantes.

La Banque mondiale a également soutenu la création d'instruments de fonds propres et de mécanismes de partage des risques afin d'élargir l'accès au financement pour les entreprises innovantes en Jamaïque et dans l'ensemble de l'OECO. Ces efforts permettent de répondre à la perception du risque des prêteurs et de favoriser des écosystèmes financiers plus inclusifs qui soutiennent les entreprises qui prennent part au commerce numérique.

Coopération internationale au sein de l'Organisation mondiale du commerce

Au niveau multilatéral, l'OMC joue un rôle essentiel dans la promotion du commerce numérique grâce à son cadre fondé sur des règles, ce qui revêt une importance particulière pour les pays de l'ALC qui cherchent à se faire une plus grande place dans l'économie numérique mondiale.

Comme indiqué au chapitre 2, les règles et engagements existants de l'OMC s'appliquent au commerce numérique, car les Accords de l'OMC ne font pas de distinction entre les moyens technologiques par lesquels des marchandises et des services sont échangés. Les engagements pris par de nombreux pays de l'ALC dans le cadre de l'OMC, ainsi que leur participation aux discussions pertinentes, sont donc des facteurs importants pour l'élaboration de leur écosystème de commerce numérique.

Les accords de l'OMC peuvent servir de levier pour ancrer les efforts nationaux visant à accroître la participation de l'ALC au commerce numérique. Le fait de prendre des engagements juridiquement contraignants dans le cadre de l'OMC permet aux gouvernements de garantir des politiques susceptibles de renforcer la concurrence et l'investissement dans l'infrastructure du commerce numérique. En outre, dans le cadre d'une négociation commerciale, les gouvernements peuvent "échanger" une plus grande ouverture des secteurs favorisant le commerce numérique contre un accès accru à d'autres secteurs présentant un intérêt pour les exportations nationales, ce qui peut contribuer à atténuer toute résistance nationale à la réforme commerciale.[78]

L'OMC offre également la possibilité de rapprocher davantage les réglementations en fournissant une plate-forme pour établir des principes partagés et des approches communes en matière de

78 Voir aussi OMC (2019).

réglementation du commerce numérique. En comparant et en alignant les orientations politiques, les gouvernements seront plus susceptibles d'établir des réglementations intérieures qui soutiennent les transactions numériques transfrontières et réduisent les coûts supportés à la fois par les négociants et les consommateurs.

En fait, les travaux expressément axés sur le commerce numérique se sont accélérés à l'OMC. En fait, les travaux expressément axés sur le commerce numérique se sont accélérés à l'OMC. Les discussions multilatérales menées à l'OMC au titre du Programme de travail sur le commerce électronique se sont intensifiées par suite de la décision adoptée à la treizième Conférence ministérielle (CM13) en 2024. Le Programme de travail, qui constitue une plate-forme pour le partage de données d'expérience et l'apprentissage mutuel, a abordé des questions telles que la fracture numérique, en mettant l'accent sur l'infrastructure numérique, la connectivité, l'accès à Internet, le transfert de technologie et l'industrialisation numérique, ainsi que les cadres juridiques et réglementaires. Les questions liées à l'IA et aux technologies émergentes dans le domaine du commerce ont également été abordées. En outre, comme indiqué au chapitre 2, les Membres de l'OMC sont convenus en 1998 de maintenir temporairement la pratique consistant à ne pas imposer de droits de douane sur les transmissions électroniques (le "moratoire"). Ce moratoire a été renouvelé à plusieurs reprises et était en vigueur jusqu'à la quatorzième Conférence ministérielle qui s'est tenue en mars 2026.[79]

Les pays de l'ALC ont participé activement à ces discussions, soulignant l'importance de faire progresser ces travaux en mettant fortement l'accent sur la dimension développement et en vue d'identifier les moyens de réduire la fracture numérique. À cet égard, des efforts sont déployés pour faciliter l'échange de renseignements sur les pratiques réglementaires et sur les initiatives et programmes à l'appui du commerce numérique.

Outre ces travaux multilatéraux, un groupe de Membres de l'OMC a négocié des disciplines conçues spécifiquement pour faciliter le commerce numérique. L'initiative liée à la Déclaration conjointe sur le commerce électronique a été lancée en 2017 et elle visait à élaborer des règles sur les aspects du commerce électronique liés au commerce qui s'appuient sur les dispositions existantes de l'OMC. Le texte de négociation "stabilisé", qui constitue l'Accord sur le commerce électronique, a été publié en juillet 2024 (OMC, 2024). Les disciplines pertinentes concernent des questions telles que l'instauration d'un environnement propice au commerce numérique (par exemple l'authentification électronique et les signatures électroniques, les contrats électroniques, la facturation électronique, le commerce sans papier, les paiements électroniques); l'ouverture (par exemple l'interdiction des droits de douane sur les transmissions électroniques, les données publiques ouvertes); la confiance (par exemple la protection des consommateurs en ligne, la protection des données personnelles, la cybersécurité); et les services de télécommunication (par exemple l'attribution de bandes de fréquences, l'autorité de réglementation des télécommunications). Il existe également des disciplines sur la transparence et la coopération, ainsi que des dispositions sur le développement.

79 Le moratoire et le programme de travail ont pris fin à la clôture de la quatorzième Conférence ministérielle, le 30 mars 2026, même si les Membres de l'OMC étaient proches de parvenir à un accord sur leur renouvellement et que des efforts sont en cours pour définir la voie à suivre.

Plusieurs de ces disciplines permettent de répondre à certaines des questions de réglementation identifiées dans le présent rapport. Par exemple, les dispositions relatives à des questions telles que l'authentification électronique et les signatures électroniques, les contrats électroniques et la facturation électronique favoriseraient l'instauration d'un environnement prévisible pour les transactions électroniques transfrontières. Les dispositions relatives au commerce sans papier contribueraient à rationaliser les procédures douanières et à réduire les délais de traitement à la frontière, e qui profiterait tout particulièrement aux marchandises commandées numériquement. Des cadres réglementaires pour la protection des consommateurs en ligne et la protection des données personnelles renforceraient la confiance dans le commerce numérique, tant pour les entreprises que pour les consommateurs Dans l'ensemble, l'accord peut aider les pays de l'ALC à renforcer leurs cadres réglementaires en matière de commerce électronique.

La volonté d'adopter les disciplines négociées en matière de commerce électronique est toutefois limitée en ALC. Seuls cinq pays de la région se sont portés coauteurs du texte stabilisé (Argentine, Chili, Costa Rica, Paraguay et Pérou). Le Brésil, la Colombie, l'Équateur, El Salvador, le Guatemala, le Honduras, le Mexique, le Nicaragua, le Panama et l'Uruguay ont pris part aux négociations, comme l'illustre le tableau 3.1, mais ils sont encore en phase de consultations et d'examens internes concernant le texte (OMC, 2025).

Une autre initiative liée aux déclarations conjointes de l'OMC a abouti à des négociations sur des disciplines qui pourraient aider les pays de l'ALC à participer davantage au commerce numérique. L'Accord plurilatéral de l'OMC sur la facilitation de l'investissement pour le développement, qui est approuvé par environ les deux tiers des Membres de l'OMC, vise à améliorer la transparence et l'efficacité des procédures d'investissement et à faciliter les opérations des investisseurs dans tous les secteurs économiques, y compris ceux qui sont essentiels au commerce numérique. À ce titre, il devrait contribuer à attirer des investissements plus nombreux et de meilleure qualité dans l'infrastructure de connectivité numérique.[80] La plupart des pays de l'ALC adopteront ces disciplines, comme l'illustre le tableau 3.1.

TABLEAU 3.1. Participation des Membres de l'OMC de la région ALC aux Initiatives liées aux Déclarations conjointes sur le commerce électronique et la facilitation de l'investissement pour le développement

Initiatives liées aux déclarations conjointes	Membres de l'OMC de la région ALC
Commerce électronique et facilitation de l'investissement pour le développement (FID)	Argentine, Brésil, Chili, Costa Rica, Équateur, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, Uruguay
Commerce électronique seulement	Colombie
FID seulement	Antigua-et-Barbuda, Barbade, Belize, Bolivie, Dominique, République dominicaine, Grenade, Suriname, Venezuela
Aucune	Cuba, Guyana, Haïti, Jamaïque, Sainte-Lucie, Saint-Kitts-et-Nevis, Saint-Vincent-et-les Grenadines, Trinité-et-Tobago

Source: OMC (2024) et OMC, "Facilitation de l'investissement pour le développement", https://www.wto.org/french/tratop_f/invfac_public_f/invfac_f.htm.

80 OMC, "Facilitation de l'investissement pour le développement", https://www.wto.org/french/tratop_f/invfac_public_f/invfac_f.htm.

L'OMC offre également des formations et une assistance technique qui peuvent aider les décideurs à mieux connaître et comprendre les règles qui s'appliquent au commerce numérique. L'assistance technique s'étend au-delà des disciplines commerciales et elle peut également porter sur des questions liées à la mesure du commerce numérique. En outre, la connectivité numérique est un thème établi de l'initiative d'Aide pour le commerce dirigée par l'OMC.

Accords commerciaux régionaux et accords sur l'économie numérique

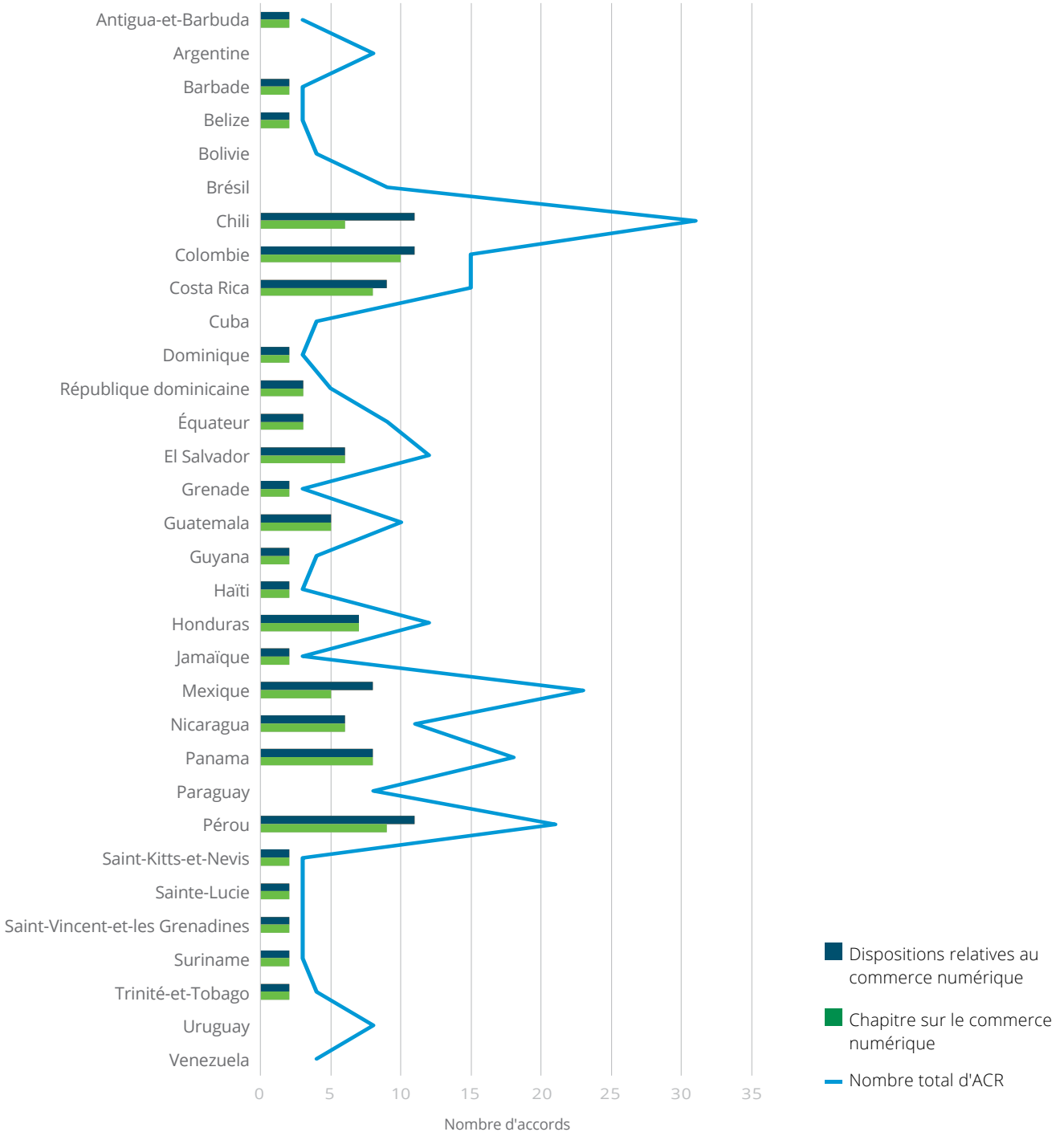
Les pays de l'ALC ont encouragé le commerce numérique également par le biais d'ACR et d'accords sur l'économie numérique (DEA) conclus entre eux et avec des partenaires extrarégionaux. Tous les pays de l'ALC sont parties à un ACR, et plus de 40% des ACR qu'ils ont conclus contiennent des dispositions sur le commerce numérique. Collectivement, les pays de la région ont conclu 268 ACR: 86 ACR portent exclusivement sur le commerce des marchandises, et 182 ACR portent à la fois sur le commerce des marchandises et sur le commerce des services.[81] Parmi ces accords, 114 contiennent au moins une disposition sur le commerce numérique, dont 102 contiennent des chapitres consacrés à part entière aux disciplines relatives au commerce numérique (figure 3.1).

Les disciplines auxquelles les pays de l'ALC ont souscrit dans le cadre de leurs ACR comprennent des dispositions contraignantes concernant des aspects tels que la non-imposition de droits de douane sur les transmissions électroniques, le traitement non discriminatoire des produits numériques, le commerce sans support papier, l'authentification électronique, les signatures électroniques, la protection des consommateurs en ligne et la protection des données personnelles. L'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste; l'Alliance du Pacifique; l'Accord de libre-échange entre la République dominicaine, l'Amérique centrale et les États-Unis; l'Accord États-Unis-Mexique-Canada; et le Traité de libre-échange entre l'Amérique centrale et la République de Corée sont des exemples d'ACR contenant de telles dispositions auxquels les économies d'Amérique latine et des Caraïbes sont parties. Les ACR de l'ALC contiennent également des dispositions relatives à l'effort maximal et à l'aspiration se rapportant à des domaines tels que les paiements numériques interopérables et la promotion des cartes d'identité numériques. Elles figurent dans les ACR conclus entre le Chili et la Thaïlande, la Colombie et les économies de l'Association européenne de libre-échange (AELE), ou le Pérou et Singapour.

Certains blocs d'intégration régionale de l'ALC ont également élaboré des feuilles de route pour leurs programmes numériques, notamment la Feuille de route pour le marché régional numérique de l'Alliance du Pacifique et le Programme andin sur le numérique de la Communauté andine.

81 Ce chiffre est fondé sur les ACR en vigueur et ceux notifiés à l'OM en mars 2025.

FIGURE 3.1. Participation des pays de l'ALC à des ACR contenant des dispositions sur le commerce numérique



Note: D'après les ACR notifiés à l'OMC. Les annexes des ACR contenant des dispositions opérationnelles sur le commerce électronique ont été considérées comme un chapitre sur le commerce électronique. Celles qui ne contiennent que des dispositions sous forme d'aspiration n'ont pas été considérées comme un chapitre. Données disponibles en mars 2025.

Source: Base de données de l'Organisation mondiale du commerce sur les accords commerciaux régionaux.

Les DEA ont également offert aux pays de l'ALC la possibilité d'approfondir leurs disciplines relatives au commerce numérique. Ces accords comprennent exclusivement des disciplines relatives au commerce numérique, mais, contrairement aux ACR, ils ne prévoient pas la libéralisation du commerce. Actuellement, l'Accord de partenariat pour l'économie numérique (auquel le Chili, la Nouvelle-Zélande, la République de Corée et Singapour sont parties, et que le Costa Rica est en voie de rejoindre) est le seul accord sur l'économie numérique auquel participent les pays de l'ALC. Il favorise l'harmonisation des flux transfrontières de données, le commerce sans papier, la facturation électronique, les signatures électroniques, la protection des données personnelles, l'IA et la protection des consommateurs en ligne, entre autres.[82]

Conclusion

Les efforts présentés dans le présent chapitre rendent compte des progrès réalisés par de nombreux pays de l'ALC pour jeter les bases d'une plus grande participation au commerce numérique. Des avancées ont été constatées dans des domaines tels que les cadres réglementaires, la connectivité, la facilitation des échanges et les capacités au niveau des entreprises. Dans le même temps, d'importantes difficultés subsistent dans la région dans ces domaines et dans d'autres, et il est essentiel de poursuivre les efforts pour renforcer les infrastructures numériques matérielles et immatérielles, combler les lacunes en matière de mise en œuvre et faire en sorte que les entreprises, les travailleurs et les consommateurs puissent tirer pleinement parti des possibilités offertes par le numérique.

Adaptées aux spécificités de chaque pays et mises en œuvre selon un calendrier approprié, les recommandations et les mesures identifiées dans le présent chapitre peuvent renforcer davantage la participation de l'ALC au commerce numérique. Le Groupe de la BID et la Banque mondiale peuvent soutenir la conception et la mise en œuvre de stratégies numériques dans les pays de l'ALC en fournissant des orientations stratégiques, une coopération technique et des financements. L'OMC contribue à promouvoir le commerce numérique grâce à son cadre de règles, en fournissant une assistance technique pour faciliter leur mise en œuvre et en servant d'enceinte pour la coopération internationale. Les ACR offrent des voies additionnelles et complémentaires pour soutenir ces efforts. Le Groupe de la BID, la Banque mondiale et l'OMC continueront de travailler ensemble pour soutenir les pays dans le cadre de ce programme. L'approfondissement de cette collaboration sera essentiel pour aider les pays à définir des feuilles de route efficaces pour développer le commerce numérique et à amplifier l'incidence des réformes à travers la région.

82 La mise en œuvre des chapitres relatifs au commerce électronique et des accords sur le commerce et l'économie numériques peut nécessiter une attention et un suivi constants. Les études sur la mise en œuvre du chapitre de l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste relatif au commerce électronique, par exemple, montrent que les dispositions de base sont bien respectées, mais que le niveau de mise en œuvre des règles relatives au transfert de données et des règles relatives à l'effort maximal concernant les capacités et la collaboration en matière de cybersécurité, par exemple, est plus faible. Voir Suominen (2022 et 2024).

Références

Bruhn, Miriam, Federico Diaz Kalan, Nicolò Fraccaroli et Claudia Ruiz Ortega. 2025. "Access to Finance for MSMEs in Ecuador: A Firm-Level Impact Evaluation." Policy Research Working Paper 11121. Washington (D.C.): Banque mondiale. http://hdl.handle.net/10986/43195.

Corcuera, Sandra. 2018. "CADENA, la chaîne de blocs sous-tendant la mise en oeuvre des accords de reconnaissance mutuelle." *OMD Actualités* 87. https://mag.wcoomd.org/fr/magazine/omd-actualites-87/cadena-arm/.

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.

Lacerda Coutinho, Gustavo et Jorge Eduardo de Schoucair Jambeiro Filho. 2018. "Les nouvelles solutions intégrées de gestion des risques du Brésil." *OMD Actualités* 86. 20 juin. https://mag.wcoomd.org/fr/magazine/omd-actualites-86/les-nouvelles-solutions-integrees-de-gestion-des-risques-du-bresil/.

OMC. 2019. *Rapport sur le commerce mondial 2019. L'avenir du commerce des services*. Washington (D.C.): OMC. https://www.wto.org/french/res_f/booksp_f/00_wtr19_f.pdf.

OMC. 2024. "Initiative liée à la Déclaration conjointe sur le commerce électronique." INF/ECOM/87. Washington (D.C.): OMC. https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=r:/INF/ECOM/87.pdf&Open=True.

OMC. 2025. "Incorporation de l'Accord sur le commerce électronique dans l'Annexe 4 de l'Accord sur l'OMC – Communication présentée par les Membres parties à l'Accord sur le commerce électronique." WT/GC/W/963. Washington (D.C.): OMC.

Suominen, Kati. 2022. "Monitoring the Implementation of the CPTPP's E-commerce Chapter: Proposed Tool Kit and Initial Assessment." Washington (D.C.): Center for Strategic and International Studies (CSIS). https://www.csis.org/analysis/implementation-cptpps-e-commerce-chapter-2023-and-toward-cptpp-20.

Suominen, Kati. 2024. "The Implementation of the CPTPP's E-Commerce Chapter in 2023 and toward CPTPP 2.0." Washington (D.C.): Center for Strategic and International Studies (CSIS). https://www.csis.org/analysis/implementation-cptpps-e-commerce-chapter-2023-and-toward-cptpp-20.

Appendice

TABLEAU A.1 DE L'APPENDICE. Interventions soutenues par la BID et la Banque mondiale pertinentes pour les facteurs déterminants du commerce numérique

Pays	Politique et réglementation	Infrastructures (y compris les infrastructures publiques numériques) et connectivité numérique	Paiements numériques	Facilitation des échanges et logistique	Promotion des exportations	Capacités en matière d'innovation et d'entrepreneuriat	Compétences pour l'économie numérique	Accès au financement
Antigua-et-Barbuda			O					O
Argentine	X O	X O		X O	X	X O	X O	X O
Bahamas	X	X		X		X	X	X
Barbade	X	X	O	X		X	X	X
Belize	X O		O	X	X	X	X	X
Bolivie	X	X						X
Brésil	X	X O	X	X		X O	X O	X O
Chili	X	X			X	X	X	X
Colombie	X	X	O	X	X	X	X	X
Costa Rica	X O	X	X	X O		X	X	X
Dominique	O	O	O			O	O	O
République dominicaine		X O	O	X		X	X	X
Équateur				X		X		X O
El Salvador	X O	X		X O		X	X	X O
Grenade	O	O	O	O		O	O	O
Guatemala	O		O	O				X
Guyana				X			X	X
Haïti		X	X O		X	X O		X
Honduras	X O	X	X	X O		X	X	X
Jamaïque	X O		O	X O		X O	X	X O

Pays	Politique et réglementation	Infrastructures (y compris les infrastructures publiques numériques) et connectivité numérique	Paiements numériques	Facilitation des échanges et logistique	Promotion des exportations	Capacités en matière d'innovation et d'entrepreneuriat	Compétences pour l'économie numérique	Accès au financement
Mexique		X	O			X		X
Nicaragua	X O	X		X O				X
Panama	X O	X		X O		X	X	X
Paraguay	X	X	O	X	X	X O	X	X
Pérou	X	X O	X O	X		X O	X O	X
Saint-Kitts-et-Nevis			O	O				O
Sainte-Lucie	O	O	O	O		O	O	O
Saint-Vincent-et-les Grenadines	O	O	O	O		O	O	O
Suriname		X	O		X		X	X
Trinité-et-Tobago	X			X		X	X	X
Uruguay	X	X		X	X	X	X	X
Venezuela								X

Note: "X" et "O" indiquent les opérations du Groupe de la BID et celles de la Banque mondiale. Les données correspondent principalement à des interventions sous forme de prêts à l'investissement et à des opérations techniques/l'assistance technique qui sont en cours ou qui ont été achevées au cours des cinq dernières années. Ces données ont été fournies par les guichets et les départements spécifiques chargés des opérations dans les domaines en question.

Le commerce numérique est en train de transformer la manière dont l'Amérique latine et les Caraïbes sont reliées à l'économie mondiale, en créant de nouvelles possibilités de croissance, d'innovation et d'inclusion. Le présent rapport examine l'expansion rapide du commerce numérique dans toute la région, en soulignant à la fois les progrès accomplis et le vaste potentiel qui reste à exploiter.

Il s'appuie sur de nouvelles données et sur une analyse approfondie pour examiner les facteurs qui favorisent ou qui entravent la participation des pays aux marchés numériques internationaux, y compris le degré d'ouverture des marchés, la réglementation numérique, l'infrastructure et la connectivité, les paiements transfrontières, la logistique et la facilitation des échanges, la promotion des exportations, les capacités des entreprises, les compétences et l'accès au financement. Le rapport identifie des priorités politiques concrètes et décrit un programme tourné vers l'avenir visant à renforcer l'intégration régionale et la coopération internationale.

En contribuant à convertir les possibilités qu'offre le commerce numérique en gains économiques tangibles, ce rapport propose une feuille de route pour les décideurs, les entreprises et les spécialistes du développement qui cherchent à tirer parti du commerce numérique pour renforcer la productivité, la compétitivité et le développement inclusif.

ISBN 978-1-59782-608-2
90000
9 781597 826082

Organisation Mondiale du Commerce
Groupe de la Banque mondiale
BID