

L'exportation des services numériques comme levier de diversification économique en Algérie : illustration par le cas de Yassir

MESLOUB SLIMANE*, ARROUCHE NACERA**, BOUKHEDIMI CHEMS EDDINE***

Université MOULOUD MAAMERI DE TIZI-OUZOU

***Université MOULOUD MAAMERI DE TIZI-OUZOU

*** Université MOULOUD MAAMERI DE TIZI-OUZOU

ملخص

Abstract :

The objective of this study is to analyze the role of digital services in the diversification of the Algerian economy. Through a case study of the company YASSIR, we aim to demonstrate the potential of Algerian digital sector companies in terms of exports.

Keywords :

digital economy -exports- ride-hailing services -hydrocarbons

Résumé :

L'objectif de ce travail est d'analyser le rôle des services numériques dans la diversification de l'économie algérienne. À travers une étude de l'entreprise YASSIR, nous cherchons à démontrer le potentiel des entreprises algériennes du secteur numérique en matière d'exportations.

Mot clés : économie numérique-exports-VTC-Hydrocarbures

هدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل الدور الحيوي الذي تلعبه الخدمات الرقمية في تحقيق التنوع الاقتصادي في الجزائر، وذلك من خلال التركيز على تجربة شركة ياسير كنموذج عملي. نسعى من خلال هذه الدراسة إلى إبراز القدرات والإمكانات الكبيرة التي تتمتع بها الشركات الجزائرية في قطاع التكنولوجيا الرقمية، خاصة فيما يتعلق بإمكانيات تصدير خدماتها إلى الأسواق الخارجية وتعزيز مساهمتها في الاقتصاد الوطني

الكلمات المفتاحية

الاقتصاد الرقمي - الصادرات -خدمات النقل بسيارة مع سائق المحروقات

1. Introduction

Pour un pays comme l'Algérie, dont l'économie nationale demeure vulnérable car, elle dépend essentiellement des exportations d'hydrocarbure, l'ambition de diversifier les sources de la création de la richesse nationale et de desserrer la contrainte extérieure est une nécessité impérieuse.

Depuis 2014, l'Algérie applique une politique de restriction des importations afin de limiter l'érosion de ses réserves de change, et

d'éviter le recours probable à l'endettement extérieur.

Dans cette dynamique, les pouvoirs publics ont élaboré une stratégie visant à promouvoir le développement de l'économie numérique et les exportations hors hydrocarbures. En effet, dans le cadre de cette stratégie, le pays mise sur l'objectif de porter le produit intérieur brut à plus de 400 milliards de dollars d'ici 2027.

L'économie numérique, dans ses différentes composantes, occupe désormais une place centrale dans cette stratégie. Plusieurs politiques ont été mises en œuvre afin de faire bénéficier les acteurs du secteur d'un accompagnement structuré, leur permettant d'abord de répondre efficacement à la demande locale en services numériques, puis d'envisager une expansion vers le marché numérique mondial. Ce dernier est caractérisé par la dématérialisation des échanges et l'effacement des barrières géographiques.

Certaines entreprises algériennes ont d'ailleurs anticipé cette vision, et ont choisi, depuis plusieurs années, de se lancer dans une aventure internationale, profitant d'une conjoncture marquée par la transformation des modèles de consommation et l'émergence de nouveaux paradigmes économiques fondés sur la montée en puissance des plateformes de mise en relation et l'ubérisation du travail.

YASSIR, aujourd'hui présente dans plusieurs pays africains, européens et nord-

américains, constitue à nos yeux un exemple pertinent pour étudier les motivations de son engagement à l'étranger, sa stratégie de pénétration, les défis et les obstacles qu'elle a rencontrés ainsi que ses perspectives de développement à l'international.

L'objectif de ce travail est donc de retracer le parcours de cette entreprise et d'analyser sa présence sur les marchés étrangers, en tant que cas emblématique d'exportation de services numériques algériens à l'international

2. L'impérieuse nécessité de diversifier les exportations nationales

La notion de "contrainte extérieure" est née de la spécialisation de la plupart des pays en développement dans l'exportation des matières premières, ces dernières déterminent les capacités d'investissement ainsi que la croissance économique de ces pays (Mazier, 1983, p. 60).

Si la question du desserrement de cette contrainte extérieure, à travers notamment la diversification des exportations nationales est devenue prioritaire, c'est surtout parce que la croissance économique axée sur les exportations hydrocarbures est fragilisée et ne peut se maintenir sur le moyen et long terme vu les fluctuations, la volatilité et l'instabilité des prix qui déterminent les entrées en devises de ces pays. Aussi, cette question ne cesse de se resurgir du fait que les revenus issus de ces

ressources ne sont pas réinvestis dans des activités industrielles productives et/ou d'autres activités créatrices de richesses.

Entre 1970 et 1993, le développement économique et social dans les pays manquant de ressources naturelles a été quatre fois plus rapide que dans les pays riches en ressources et disposant d'un revenu public deux fois plus important (Auty, 1997). De plus, cette situation tient, dans une large mesure, à l'incapacité à mettre en œuvre les bonnes politiques de croissance et à instaurer des institutions solides, ce qui témoigne des difficultés à opérer le grand bond requis vers la diversification et le développement des activités manufacturières dans les régions d'Afrique riches en ressources. Une grande partie du continent risque de ne pas pouvoir s'industrialiser et de rester prisonnière du piège des produits de base, c'est-à-dire d'être tributaire de ses exportations d'un petit nombre de produits minéraux (Auty, 2001). Il a également été démontré que le rapport inverse entre des ressources naturelles abondantes et le développement économique à un faible niveau d'éducation (Karl, 2007).

Gylfason (2001), quant à lui, a montré que l'abondance des ressources naturelles tend à évincer les autres formes de capital à savoir le capital humain, le capital physique et le capital social.

L'auteur indique que la richesse en ressources naturelles (en général, minières,

hydrocarbures ou agricoles) tend à éliminer, non seulement le capital matériel des autres secteurs de l'économie, mais également « le capital humain ».

Stijn (2006) appuie l'argument selon lequel la richesse en ressources naturelles est un facteur délétère non seulement à l'investissement en capital matériel mais également en « capital humain », et souligne que la richesse en minéraux, en pétrole ou en charbon n'a pas d'impact significatif sur le capital humain.

Un pays est donc considéré comme d'autant plus diversifié si ses exportations ne dépendent pas d'un nombre restreint de biens. Inversement, lorsqu'une part élevée des exportations d'un pays est représentée par seulement quelques biens, celles-ci sont considérées comme concentrées et elles constituent de ce point de vue une source de vulnérabilité.

Ainsi, comme le souligne Imbs et Wacziarg (2003, cités par Ben Hammouda *et al*), la diversification des exportations devrait permettre de limiter l'effet macroéconomique d'un choc sur un secteur spécifique.

Le besoin de diversification est particulièrement urgent dans les pays riches en ressources naturelles, car ce processus leur permettrait de faire face à la concentration de ces ressources qui stimule davantage la recherche de la rente.

2.1. Maîtriser et gouverner la volatilité et l'instabilité

La diversification économique est une option primordiale et stratégique pour faire face et gouverner cette volatilité et amortir les chocs dus aux cycles « expansion-récession ». En effet, certaines initiatives passant par des instruments de gouvernance et pilotage des risques liés à la dépendance vis-à-vis des prix des matières premières et les programmes visant expressément à favoriser l'essor de nouveaux secteurs d'exportation peuvent aider les pays à résister aux chocs exogènes et à pérenniser leurs stratégies de diversification (OCDE, 2009, p 45).

Gelb (2010, p. 12) rappelle que si des pays tels que la Finlande et la Corée du Sud, tous deux connus pour avoir évolué spectaculairement d'une économie basée sur les produits primaires à une économie exportatrice de produits manufacturés très sophistiqués en quelques décennies, se retrouvent régulièrement en tête des classements comparatifs des systèmes éducatifs dans le monde

2.2. Institutions et bonne gouvernance un capital institutionnel indispensable

Réussir le processus de diversification est conditionné par la présence d'institutions de qualité et d'un système de gouvernance

cohérent et adapté. Les économies riches en ressources naturelles et dotées d'institutions fortes ont donc plus de choix pour se diversifier contrairement aux pays dont les institutions sont de qualité médiocre et une gouvernance défailante. Les Indicateurs de gouvernance dans le monde, qui sont des indicateurs institutionnels, montrent que les pays exportateurs de pétrole ont un classement institutionnel qui correspond à celui d'économies non pétrolières bien plus pauvres (Gelb, 2010, p. 13).

La dépendance à l'égard des exportations hydrocarbures en est un facteur majeur qui traduit la vulnérabilité du pays. Cette dernière est préjudiciable au développement du pays, car entravé par des chocs externes. Ces chocs externes ou commerciaux, liés à l'instabilité des prix internationaux, aux fluctuations de la demande mondiale de produits primaires fragilisent la croissance de l'Algérie.

Il est donc capital de continuer à soutenir la logique des exportations hors hydrocarbures dans une logique de diversification¹.

Le secteur des services pourrait être l'un des leviers de diversification de l'économie nationale. L'exportation de services à l'étranger tourne autour de 5,4 milliards USD durant la même période (10% du total des exportations) et risque d'augmenter encore plus, compte tenu

¹ Les comptes nationaux trimestriels -4ème trimestre 2023- N 1021.

des nouvelles facilités apportées aux autoentrepreneurs (Rapport économique, 2024, p. 8).

Le développement des services pourrait procurer des avantages aux consommateurs et renforcer aussi la productivité et la performance de l'économie nationale. En effet, pour faire sous la pression de la concurrence ou suite à l'identification de besoins réels en matière de services, les entreprises sont poussées à innover et à offrir à leur clientèle les solutions les plus efficaces en fonction des coûts. Le fait de devenir plus productives peut encourager les entreprises locales à se lancer sur de nouveaux marchés étrangers (OCDE, p. 95).

3. Les services numériques : définition et caractéristiques

Un service numérique peut être défini comme une solution permettant à un utilisateur de créer, traiter, stocker et partager des données sous format numérique, tout en facilitant l'interaction avec des contenus générés ou téléversés par d'autres utilisateurs. Parmi les exemples les plus courants, on retrouve les applications mobiles, les réseaux sociaux, ainsi que les plateformes de streaming audio et vidéo.

Autrement dit, les services numériques sont des services accessibles par des moyens digitaux, souvent en ligne, qui permettent de

traiter, stocker, transmettre ou afficher des données numériques.

A titre d'exemple, de services numériques peuvent intervenir aux administrations publiques pour des fins administratives (impôts, carte d'identité). Ainsi, au secteur de l'éducation, (Moodle, Coursera, Zoom pour l'enseignement à distance et les visioconférences).

Le secteur de la santé ne fait pas exception, où les téléconsultation, gestion des dossier médicaux prise de RDV en ligne sont mis en avant.

Particulièrement, le commerce en ligne exploite des plateformes spécialisées (Amazon, Jumia) pour assurer la diffusion des produits à commercialiser, et faciliter le paiement en ligne

Dans le secteur bancaire, les services bancaires en ligne, visent à mettre en circulation les applications mobiles, crypto-monnaies

La mise en place d'un tel service repose sur une chaîne d'éléments interdépendants, mêlant logiciels, matériels, réseaux, infrastructures techniques, mais aussi d'autres services numériques opérés par des acteurs tiers.

Prenons l'exemple de YouTube : pour profiter du service de visionnage de vidéos, l'utilisateur a besoin d'un appareil

(smartphone, ordinateur, tablette, etc.) doté d'un système d'exploitation (Android, iOS, Windows...), lui-même assimilé à un service numérique.

À cela s'ajoute la nécessité d'une connexion internet, assurée par les infrastructures d'un opérateur télécom.

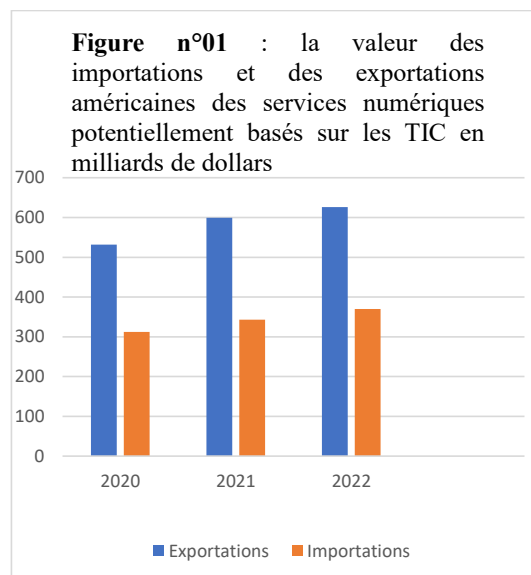
Selon l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), les services numériques consistent à utiliser des équipements numériques et les réseaux de télécommunications pour fournir de la valeur à un ou plusieurs utilisateurs (UIT, 2014, p. 16).

3.2. L'exportation des services numériques au niveau mondial

Afin d'expliquer l'importance des services numériques pour la diversification économique des pays, il est important de mener une étude statistique nous permettant de mesurer la contribution des services numériques dans les exportations mondiales. D'après les données de la CNUCED pour l'année 2019, les services numériques représentent 58 % de la totalité des exportations de services dans les pays développés. Lorsqu'on sait que ces pays sont dominés économiquement par le secteur tertiaire, et donc par les services, ce taux nous amène à comprendre davantage que les services numériques contribuent de façon importante

aux exportations globales de ces pays-là. (CNUCED, 2019)

Plus encore, les services numériques participent largement à la réduction du déficit de la balance commerciale américaine. Ce secteur, contrairement à une grande partie des autres segments de la balance commerciale, enregistre selon la Bureau américain des études économiques un important excédent



Source : (Bureau américain des analyses économiques, 2023)

3.3. L'exportation des services numériques une opportunité pour les pays en développement

Il est économiquement connu que l'internationalisation des entreprises nécessite l'existence et la mise en place d'un ensemble de facteurs à plusieurs niveaux, parfois

complexes pour les pays en voie de développement. Une présence physique des entreprises à l'international, voire même la simple désignation d'un représentant, demande un véritable savoir-faire managérial, mais aussi des investissements parfois colossaux pour des entreprises issues de pays pauvres, notamment en termes de logistique, de coordination et de financement.

L'économie numérique, avec son caractère dématérialisé, offre aux entreprises l'opportunité de vendre à l'étranger sans avoir besoin d'une présence physique dans ces pays-là. Les différentes plateformes publicitaires et de streaming en sont le meilleur exemple : Facebook, Netflix, Microsoft, et bien d'autres, proposent leurs services en ligne et participent aux exportations américaines sans nécessairement avoir de filiales implantées dans chaque pays.

Cette nouvelle forme de commerce réduit les barrières à l'entrée pour les entreprises des pays du Sud, en leur permettant d'accéder à des marchés mondiaux avec des coûts moindres. Elle représente une véritable opportunité de développement, à condition de disposer d'infrastructures numériques adéquates et d'un minimum de compétences techniques locales.

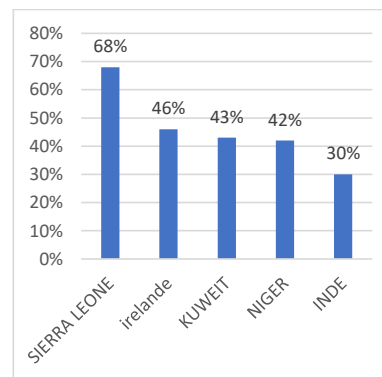
Bien que cela représente un défi pour la fiscalité internationale, mais les pays en développement peuvent en profiter pour

diversifier leurs exportations et tirer profit de cette nouvelle économie.

D'ailleurs, la CNUCED, dans son rapport sur les opportunités que les TIC offrent aux pays du Sud, indique que plusieurs pays en voie de développement ont réussi à intégrer efficacement les services numériques dans leurs exportations. La Sierra Leone, par exemple, atteint 68 % d'exportations TIC dans l'ensemble de ses exportations de services, ce qui est un chiffre impressionnant pour un pays à faibles ressources.

Cela montre que, malgré les contraintes structurelles, certains États parviennent à tirer parti du numérique comme levier de croissance et d'insertion dans le commerce mondial. Ces exemples ouvrent la voie à de nouveaux modèles d'exportation plus accessibles pour les économies émergentes.

Figure n°02 : les principales économies par part des services TIC dans les exportations totales des services



Source : (CNUCED , 2019)

4. Exportation des services numériques en Algérie : Etat des lieux

À l'instar des pays pétroliers, la dépendance de l'Algérie vis-à-vis des hydrocarbures représente un risque majeur pour la situation économique du pays, surtout dans un monde instable, aussi bien sur le plan politique qu'économique.

La nécessité d'une diversification économique apparaît aujourd'hui non plus comme un simple choix stratégique, mais comme une urgence absolue.

Ces dernières années, les pouvoirs publics ont accordé une importance croissante à des plans de diversification des exportations, dans l'espoir de réduire cette dépendance et d'intégrer davantage de secteurs productifs dans le commerce extérieur du pays.

L'économie numérique est l'un des chevaux de bataille sur lesquels les pouvoirs publics ont bâti leur politique. Entre la création de fonds nationaux pour les startups, la mise en place d'incubateurs universitaires, ainsi que les facilités fiscales et bancaires accordées aux exportateurs de services numériques, l'État tente aujourd'hui d'encourager davantage les jeunes entrepreneurs, notamment les diplômés de l'enseignement supérieur, à se lancer dans

l'entrepreneuriat et à créer leurs propres startups.

Ces initiatives visent non seulement à favoriser la création d'emplois pour les jeunes diplômés, mais aussi à permettre au pays de mieux se positionner sur le marché mondial des services numériques, en tirant parti de son capital humain.

Toutefois, il est encore trop tôt pour évaluer réellement la réussite de ces stratégies. Les données de la CNUCED révèlent une contribution encore insignifiante des services numériques dans les exportations algériennes.

En effet, selon le rapport de la CNUCED, les exportations de services numériques en Algérie ont atteint un montant de seulement 88 millions de dollars en 2022, ce qui reste relativement faible pour un pays qui cherche à faire de ce secteur un levier de diversification économique. Cela montre qu'en dépit des efforts engagés, le chemin reste long et nécessite un accompagnement plus soutenu, ainsi qu'un écosystème numérique plus mature

Le constat est encore plus parlant lorsqu'on compare, toujours selon les données de la CNUCED, les exportations de services numériques de la Tunisie (285 millions USD) à celles de l'Égypte (1,4 milliard USD), ce qui met en évidence le retard que l'Algérie doit encore rattraper. Néanmoins, certaines entreprises algériennes ont réussi, ces dernières

années, à relever le défi et à entamer une dynamique d'internationalisation.

4.2. Le cas de Yassir comme illustration des potentialités d'exportation des services numériques en Algérie

Yassir est une startup algérienne lancée en 2017, spécialisée principalement dans le domaine du transport privé. Il s'agit d'une plateforme de mise en relation entre chauffeurs de véhicules et clients.

Les services proposés par Yassir sont variés et couvrent plusieurs segments, allant du transport privé des individus (Yassir Go), à la livraison de repas, en passant par le transport du personnel pour les entreprises.

L'entreprise Yassir suit le modèle lancé par le géant américain du VTC, Uber, tout en l'adaptant au contexte local et aux habitudes du consommateur algérien. Le paiement se fait généralement en espèces, même si Yassir propose aussi le paiement en ligne pour certains services comme Yassir Express. Le client paie directement le chauffeur, qui reverse ensuite une commission à Yassir sur le montant total de la course.

C'est un business model qu'on retrouve dans beaucoup de plateformes de mise en relation, et pas seulement dans le secteur du VTC. Par exemple, Amazon met en relation commerçants et acheteurs, Airbnb connecte

propriétaires d'appartements et locataires, et Steam relie développeurs de jeux vidéo et gamers. Ce système de rémunération basé sur une commission prélevée sur chaque transaction reste intéressant pour le vendeur, car il ne supporte pas de frais fixes comme des licences ou des abonnements.

4.3. Une présence à l'internationale

Si Yassir est considérée comme la première entreprise de VTC sur le marché algérien, il convient de souligner que son activité ne se limite pas aux frontières nationales. Selon le site officiel de l'entreprise, Yassir est désormais présente dans quatre autres pays africains : le Maroc, la Tunisie, le Sénégal et l'Afrique du Sud. Par ailleurs, dans une logique d'expansion stratégique et de ciblage de la diaspora algérienne, la firme a également lancé deux filiales hors du continent, en France et au Canada.

4.4. Des exportations estimées à 18,7 millions USD

L'une des principales difficultés rencontrées lors de la réalisation de ce travail de recherche a été l'absence de données suffisantes permettant d'analyser de manière précise la situation réelle de YASSIR sur le marché international. Nous avons donc tenté de synthétiser nos résultats en exploitant plusieurs sources, afin de fournir un aperçu aussi proche que possible de la réalité.

Selon l'APS, l'entreprise YASSIR a réussi à réaliser un montant d'exportations dépassant les 18,7 millions de dollars américains entre 2020 et 2022, ce qui reste un chiffre conséquent pour une startup lancée en 2017.

Par ailleurs, d'après une étude menée par Sagasiresearch, YASSIR se classe en troisième position en matière de chiffre d'affaires parmi les entreprises de VTC opérant au Sénégal. (Sagaciresearch, 2024)

4.5. Forte concurrence de la part des géants du VTC

Par ailleurs, bien que l'entreprise fasse preuve d'un réel enthousiasme dans sa démarche d'internationalisation, elle se heurte à une concurrence féroce de la part des géants du secteur du VTC à l'échelle mondiale, tels qu'UBER, BOLT et Indrive, qui dominent notamment les marchés en Afrique du Sud et en France. En ce qui concerne la livraison de repas, le marché français est largement dominé par des acteurs majeurs comme Uber Eats (avec une part de marché de 68 %), Deliveroo et Just Eat. (Statista , 2023)

5.Principales conclusions et recommandations

À travers notre étude sur l'expérience de l'exportation des services numériques par

l'entreprise UBER, nous pouvons constater qu'un potentiel d'exportation existe bel et bien auprès des entreprises algériennes. Néanmoins, dans un secteur connu pour sa forte concurrence et la présence de géants comme les GAFAM, le choix des marchés cibles doit se faire avec beaucoup de soin.

Yassir, à l'heure actuelle, ne figure pas parmi les leaders du marché en France et au Canada. D'ailleurs, même le site officiel de l'application ne présente plus d'offres destinées à ces deux marchés, ce que l'on peut interpréter comme un certain désintérêt à leur égard, probablement en raison de la forte présence de concurrents européens voire internationaux.

Les marchés africains semblent être une meilleure alternative pour Yassir ainsi que pour d'autres entreprises algériennes opérant dans les services numériques. L'économie numérique est en effet connue pour favoriser les « first players », c'est-à-dire ceux qui arrivent les premiers sur un marché et qui, sauf erreur stratégique majeure, sont appelés à le dominer pendant longtemps.

Conclusion

Au terme de cette étude, nous pouvons affirmer que l'économie numérique en général, et les services numériques en particulier, représentent une opportunité non négligeable pour les pays en voie de développement, notamment ceux

dont l'économie repose principalement sur les exportations d'hydrocarbures.

Les startups peuvent jouer un rôle déterminant dans l'augmentation des recettes d'exportation, à condition de bénéficier du soutien des pouvoirs publics et de mener une étude économique rigoureuse de leurs projets. Le cas de la startup YASSIR illustre parfaitement le potentiel des jeunes entreprises algériennes, capables de réussir au-delà de leurs frontières. YASSIR s'impose aujourd'hui comme un acteur incontournable sur le marché du VTC au Sénégal et dispose du potentiel nécessaire pour pénétrer de nouveaux marchés africains, encore vierges ou peu concurrentiels.

Toutefois, il est important de souligner que le marché des services numériques, malgré le potentiel qu'il offre aux startups, demeure fortement concurrentiel. Certains segments sont aujourd'hui saturés en raison du nombre élevé d'entreprises déjà présentes.

Dans ce contexte, et sur la base de cette analyse, l'idée de cibler la diaspora algérienne avec ce type de services semble peu efficace. D'autres secteurs, tels que l'agroalimentaire, apparaissent comme plus prometteurs pour une telle stratégie.

Bibliographie

Auty, R. (1997). Natural resources: the state and development strategy. *Journal of*

International Development, N° 9 Issue 4, pp.651-663, 1997.

Auty, R. (2001). The political economy of resource-driven growth. *European Economic Review* 45 (4-6): 839-846.

Ben Hammouda Hakim et al, « La diversification, vers un nouveau paradigme pour le développement de l'Afrique », Centre Africain de Politique Commerciale ; projet de la Commission économique pour l'Afrique, juin 2006.

Gelb, A. (2010). Diversification de l'économie des pays riches en ressources naturelles. Séminaire de haut niveau du FMI : Ressources naturelles, finance et développement. Alger.

- Gylfason, T. (2011). Natural resource endowment: A mixed blessing? CESifo working paper: Resources and Environment Economics, No. 3353

Gylfason, T. (2001). Natural resources, education and economic development. *European Economic Review*, Elsevier, vol. 45(46).

Karl, T.L (2007). Oil-led Development: Social, Political and Economic Consequences. Stanford University CDDRL Working Paper.

Mazier J., (1983). Les limites de la stratégie de redéploiement. *Cahiers Français* n°212 : la

politique industrielle- *Documentation Française*, Paris.

Récupéré sur
<https://sagaciresearch.com/fr/services-vc-afrique-2024/#>

OCDE (2009), « Economie de la gestion durable des ressources naturelles », dans *Ressources naturelles et croissance pro-pauvres : enjeux économiques et politiques*, 2009, Editions OCDE

Statista . (2023). Les principaux acteurs de la livraison à domicile. Récupéré sur
<https://fr.statista.com/infographie/30709/livraison-repas-a-domicile/>

Confédération Suisse. (2024). Rapport économique, Algérie. Ambassade de Suisse en Algérie.

Date de réception : 30/05/2025

Date d'acceptation : 20/06/2025

Date de publication : 28/07/2025

OCDE (2018). Les politiques d'échanges de services dans une économie mondialisée. Éditions OCDE. Paris.
<http://dx.doi.org/10.1787/9789264288065-fr>

Stjins, J. (2006). Natural Resource Abundance And Human Capital Accumulation. *World Development*, Vol. 34, No. 6, pp. 1060-1083.

Bureau américain des analyses économiques.
 (2023). U.S. Trade in ICT and ICT potentially -Enabled services by country or affiliation . Récupéré sur

CNUCED . (2019). Digital service delivery shows potential for developing world. Récupéré sur
<https://unctad.org/news/digital-service-delivery-shows-potential-developing-world>

Sagaciresearch. (2024). Les services de VTC en Afrique : aperçu du marché en 2024.