Sommet "Connecter le monde arabe"
5-7 mars 2012
Doha, Qatar

15 février 2012
Original: anglais

Contenus numériques arabes

Document d'information

1. CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

Les contenus numériques sont de divers *formats* (texte, image, vidéo, audio, carte ou application électronique) et sont employés pour diverses *tâches* (la communication, les actualités, les réseaux, le recrutement, la distraction, le commerce électronique, les recherches par thème, les services de localisation, l'enseignement, la formation, etc.). Les *outils* et *technologies* permettant de créer et de diffuser les contenus sont nombreux. Les contenus numériques *en ligne* sont le principal moteur du développement de l'écosystème qu'est l'Internet. Les contenus numériques s'immiscent aussi dans la radio et télédiffusion, dans les livres, dans la musique ou dans le cinéma, notre monde devenant de plus en plus numérique. Les contenus numériques devraient dépendre de l'environnement dans lequel ils sont créés, entreposés, communiqués et présentés ainsi que des mécanismes employés pour ce faire. N'est pas uniquement concernée la dimension technique, mais sont aussi concernées les dimensions juridique et culturelle. Cette vision d'ensemble est essentielle afin que, lors de l'élaboration des contenus, les bonnes questions soient abordées. Ce sujet a été examiné lors du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) pour lequel l'UIT est coordonnateur des grandes orientations C3 (*L'accès à l'information et au savoir*) et C8 (*Diversité et identité culturelles, diversité linguistique et contenus locaux*).

Il est généralement admis que l'Internet renforce grandement le développement socio-économique. Cela a conduit la plupart des pays à améliorer l'accès à l'Internet, en vue de réduire la fracture entre les pays et les communautés, à savoir la "fracture numérique". *La plus importante fracture numérique est la disparité des contenus* a dit M. Peter Bruck, Président du World Summit Award (WSA), au sixième Forum sur la gouvernance de l'Internet (IGF) à Nairobi en 2011. En s'appuyant sur le fait que les éléments déterminants pour l'accès à l'Internet, liés à la démographie, à l'économie et aux infrastructures, sont difficiles à changer à court terme, une nouvelle étude[1] a démontré qu'on obtenait un effet statistiquement et économiquement important en adoptant des politiques de promotion de la création de contenus, qui conduisent à intensifier l'adoption de l'Internet, même à court terme. Il est important de disposer de contenus de qualité qui soient pertinents pour les utilisateurs/consommateurs, notamment en employant leur *langue* (dans notre cas l'arabe) et en étant *abordables*[2]. Les contenus pertinents doivent aussi répondre à des *besoins* réels des utilisateurs. En outre, il est impératif que les sites de contenus disposent de bons *répertoires* et de bons *moteurs de recherche* afin que ces contenus pertinents puissent être atteints en premier.

Les contenus en rapide augmentation sont les contenus à *large bande*. Ils exigent un fonctionnement rationalisé, depuis la connexion à largeur de bande internationale jusqu'aux points d'échange Internet, aux centres de données, au réseau de base, à la liaison de raccordement et au dernier kilomètre. Des difficultés au niveau d'une quelconque de ces étapes engendreront une diminution de la performance de l'infrastructure nécessaire à la diffusion des contenus et rendront ceux-ci moins abordables et moins faciles d'emploi. La combinaison judicieuse des technologies, à fils de cuivre, à fibres ou sans fil, dépend de la densité de la population et de la zone couverte. Il est important de bien gérer le spectre, l'une des trop

---

[1] Viard, V. B. (2011, 1er avril). *The Effect of Content on Global Internet Adoption and the Global "Digital Divide".* Extrait le 22 novembre 2011 de The Networks, Electronic Commerce, and Telecommunications ("NET") Institute: http://lsr.nellco.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1252&context=nyu_lewp.

[2] Information Society Statistical Profiles 2009, Etats arabes, UIT-D.

rares ressources nationales (comme l'énergie et l'eau), et l'efficacité de son utilisation est une question clé à l'ère du large bande. Les contenus numériques influent sur les médias traditionnels (la télévision, les journaux, les livres, la radiodiffusion et le cinéma). Une récente étude de la Federal Communications Commission (FCC)[3] a souligné la nécessité de disposer d'un système des médias qui fasse partie d'un *système réglementaire* mieux *intégré* dans lequel il existe un équilibre entre les utilisateurs (demandeurs) et les producteurs (fournisseurs).

Le rôle important des *politiques* et des *stratégies* a été décrit en grandes lignes dans plusieurs travaux importants de l'OCDE[4]. Ceux-ci mentionnent les principes généraux[5] qui contribueront à promouvoir un *environnement favorable*, à renforcer l'*infrastructure*, et à instaurer un climat économique et réglementaire propice à la création, à l'accès et à la préservation des contenus numériques. Une recommandation a été adoptée par le Conseil de l'OCDE en 2008 où est établi un cadre général pour une utilisation plus large et plus efficace des informations et des contenus du secteur public et pour la création de nouvelles utilisations de ceux-ci. Le rôle du secteur public (administration) est crucial, puisque les administrations disposent de nombreux contenus et informations utiles. Dans le résumé, il est dit que les contenus numériques sont devenus un élément de plus en plus important et répandu, impulsant le développement économique et social. Le haut débit des communications, l'augmentation de la largeur de bande *en amont* ainsi que de celle en aval, la baisse des prix de l'accès, la convergence des réseaux précédemment distincts, l'innovation en matière de dispositifs et d'applications et le nombre plus faible d'obstacles à l'entrée seront propices à de nouvelles manières de créer, de diffuser, de préserver et de consulter les contenus numériques. Tandis que les pays évoluent vers des économies à forte intensité de savoir, les activités, où sont brassées beaucoup d'informations et où des contenus sont créés, recueillis, gérés, traités, entreposés, fournis et consultés, s'étendent à une large gamme de secteurs, stimulant l'innovation, la croissance et l'emploi. Les contenus numériques sont essentiels dans la recherche, la santé, l'éducation et les services sociaux, le savoir et la culture et les services publics. Ils stimulent aussi la participation des utilisateurs et leur puissance créative.

Parce que la radio et télédiffusion analogique est de plus en remplacée par la radio et télédiffusion numérique, l'UIT a élaboré un ensemble de lignes directrices relatives à la numérisation et des feuilles de route concernant le dividende numérique[6].

Les contenus numériques se répartissent en trois grands domaines: le secteur *public*, le domaine *personnel/social* (contenus produits par les utilisateurs) et le domaine *commercial*. Il est important de différencier ces trois domaines pour un développement efficace. Différents mécanismes de financement permettront d'assurer leur durabilité, leur financement ne sera pas le même. On associera aux modèles économiques innovants des politiques nationales/régionales/internationales, de manière que ces marchés puissent s'étendre et que les recettes puissent servir à un développement équilibré des infrastructures et des contenus. Ceci est d'autant plus important que l'utilisateur semble ne pas vouloir payer de nombreux fournisseurs. La publicité à elle seule ne générera pas suffisamment de recettes pour assurer des contenus de qualité. La commercialisation des contenus numériques a été réussie dans certains cas tels que celui d'Apple. Les questions des droits de propriété intellectuelle et du bon équilibre entre confidentialité et sécurité doivent être examinées du point de vue des contenus numériques. Une authentification appropriée, à l'aide de la gestion d'identités fédérées, gagne du terrain. Toutefois, le piratage et la pornographie enfantine, ainsi que d'autres questions pertinentes du domaine de la cybersécurité, exigent un travail considérable, en vue d'aboutir à l'harmonisation entre les pays, l'Internet n'ayant pas de frontières.

---

[3] Waldman, S. (juillet 2011). *THE INFORMATION NEEDS OF COMMUNITIES: The changing media landscape in a broadband age*, Federal Communications Commission, www.fcc.gov/infoneedsreport.

[4] OECD Working Party on the Information Economy, www.oecd.org/sti/digitalcontent.

[5] DIGITAL BROADBAND CONTENT: Digital content strategies and policies, 2006. http://www.oecd.org/dataoecd/54/36/36854975.pdf .

[6] Guidelines for the transition from analogue to digital broadcasting, 2011, UIT-D.

L'environnement des contenus numériques a été très dynamique et de nouveaux schémas sont apparus, tels que le travail collectif, à la base du développement de Wikipédia, la production par les utilisateurs, sur le site YouTube, l'utilisation répandue de Twitter comme moyen rapide d'accès aux contenus, le portefeuille de Google à nombreux contenus numériques, allant des cartes aux livres en passant par les blogs et la traduction. Il est évident que les réseaux sociaux et les blogs changent le paysage des médias. Avec l'Internet des objets, on s'attend à ce que l'identificateur d'objet numérique devienne de plus en plus répandu.

Le rôle des contenus numériques dans le façonnement de nos vies est fondamental et plusieurs organisations/plates-formes telles que l'UNESCO, l'UIT ou l'IGF se sont impliquées dans ce vibrant domaine et continueront à le faire. Une collaboration étroite entre ces organisations et d'autres est nécessaire, parce que les contenus numériques dépendent beaucoup des infrastructures nécessaires et influent sur elles, comme le montre la récente étude menée par l'OCDE, l'Internet society (ISOC) et l'UNESCO, qui a été présentée et examinée au Forum IGF en 2011[7]. La Commission économique et sociale pour l'Asie occidentale (CESAO) a travaillé sur les contenus numériques arabes depuis 2003 et a publié divers rapports concernant le secteur des contenus numériques arabes[8]. En outre, elle a mis en œuvre un projet régional de développement des contenus numériques arabes de 2007 à 2009[9] au moyen d'un schéma d'incubation.

L'une des principales questions sur lesquelles il conviendrait de se mettre d'accord est celle de la nécessité de normaliser les indicateurs de contenu numérique dont on a réellement besoin pour élaborer des stratégies globales. Voir à l'Annexe I la liste des indicateurs proposés par plusieurs organisations.

2. OBJET DU DOCUMENT

Le document vise à décrire en grandes lignes les divers aspects des contenus numériques et l'environnement dans lequel ils se situent, dans la région arabe, et à les comparer avec les normes internationales. Cela permettra d'identifier et de recommander ce qui doit être entrepris en termes d'études, de politiques, de plans, d'initiatives/de programmes/de projets en vue d'intensifier les contenus numériques dans la région arabe.

3. RÉSUMÉ DE LA SITUATION EXISTANTE

Plusieurs pays arabes ont contribué à l'intensification des contenus numériques au cours des dernières années. Pour ce faire, de nombreux projets ont été mis en place. L'un des premiers projets, entamé en 2000 et toujours d'actualité, porte sur le Center for Documentation of Cultural and Natural Heritage (CULTNAT) en Egypte (http://www.cultnat.org/). L'Arabie saoudite et le Qatar ont récemment publié des stratégies et des plans pour intensifier les contenus numériques. L'initiative du Roi Abdullah en faveur des contenus arabes[10] (Arabie saoudite) (http://www.econtent.org.sa) comporte plus de 60 projets et couvre une grande partie des aspects importants pour l'intensification des contenus numériques. En République arabe syrienne, le Comité formé par le gouvernement pour la promotion de la langue arabe, par l'intermédiaire de son Equipe nationale pour les contenus numériques arabes, a lancé trois initiatives en mars 2011 axées sur le savoir pédagogique, la normalisation et les contenus audiovisuels[8]. La plupart de ces projets peuvent être reproduits et coordonnés dans la région arabe. Plusieurs pays ont lancé des procédures devant permettre de stimuler la création de contenus numériques arabes. Le Qatar, par exemple, a créé le Digital Content Incubation Center, en vue de promouvoir un entreprenariat visant la production de contenus arabes, et a permis à la filiale Creative Commons de s'installer, dans le but d'encourager et de protéger la créativité numérique. Twofour54 à Abou Dhabi a aussi mis sur pied deux initiatives: Creative Lab, qui finance les idées prometteuses issues du monde arabe et visant le marché arabophone, et Applications Arabia, qui investira dans les applications mobiles et servira d'intermédiaire entre les développeurs d'applications et ceux ayant des idées pour leurs contenus.

---

[7] The Relationship between Local Content, Internet Development and Access Prices, http://www.oecd.org/dataoecd/4/41/48761013.pdf .

[8] http://www.escwa.un.org/divisions/projects/dac/docs.asp.

[9] Examen de la technologie de l'information et de la communication et de leur développement, N° 13, en arabe http://www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/ictd-10-1-a.pdf.

[10] National Strategy for Digital Content, Part of King Abdullah for Arabic Content, (2011) http://www.econtent.org.sa/MediaCenter/MediaCenter_DownloadsFiles/National_DigiContent_Strategy_v4_14.pdf.

Pour avoir une vue d'ensemble de l'environnement des contenus numériques dans la région arabe, on a consulté les travaux du Dubai Press Club sur le Digital Media Outlook[11] et de ICTQatar sur les Digital Media[12] ainsi que le rapport du CITC d'Arabie saoudite sur l'Internet Ecosystem[13]. Tous ces rapports, ainsi que le rapport de l'UIT[2], ont montré que, malgré les efforts actuels, la situation dans la région arabe nécessite de nombreuses améliorations. Ceci peut être partiellement dû à la coordination limitée au niveau régional dans ce domaine, malgré le plan stratégique pour le développement des TIC établi par la Ligue des Etats arabes. A l'évidence, il y a des exceptions, telles que le projet phare de Mohammed bin Rashid Al Maktoum pour la numérisation des manuscrits d'Al Azhar[14] et les travaux de la CESAO au cours des dernières années[8] ainsi que les travaux de la World Digital Library entamés par la librairie du Congrès et la Bibliotheca Alexandrina[15]. Cela a conduit l'UIT à lancer une initiative régionale sur les contenus numériques dans le cadre du plan d'action d'Hyderabad pour la période 2011-2014.

Une étude a été réalisée en 2011 par le bureau régional pour les Etats arabes de l'UIT, en vue d'analyser les contenus numériques en ligne dans la région arabe à l'aide des données disponibles sur un certain nombre de sites web internationaux (ITU.int, Alexa.com, Google.com, HosterStats.com, Webhosting.info, Netcraft.com, icann.org, domaintools.com, ripe.net et isc.org). L'étude a montré que le pourcentage de sites de pays arabes dans les domaines de premier niveau génériques (gTLD) est de 0,162% et que le nombre de serveurs Internet dans la région est égal à 0,198% du nombre à l'échelle internationale, tandis que le pourcentage de sites dans les domaines de premier niveau correspondant aux codes de pays (ccTLD) arabes parmi le millier de sites les mieux placés est de 0,187%. Il n'a pas encore été fait état de ces trois indicateurs précédemment. La plupart des autres études se sont appuyées sur le nombre de pages en arabe et les estimations étaient comprises entre 1 et 3 %[2,16]. Un certain nombre de contenus et de portails en ligne existent en arabe (par exemple Maktoob.com, Jeeran.com, et Nassej.com), mais leurs contributions aux contenus arabes disponibles à l'échelle mondiale sur l'Internet est plutôt petite[2]. Ces pourcentages révèlent que les contenus numériques dans la région arabe sont plutôt moins nombreux que ceux auxquels on pourrait s'attendre dans une région qui représente 5,142% de la population et 3,835% du PIB mondial.

Dans le tableau suivant est faite la synthèse des résultats de l'étude, les indicateurs ayant été classés du plus important au moins important pour mettre en évidence l'infériorité en contenus.

---

[11] ARAB MEDIA OUTLOOK 2009-2013: INSPIRING LOCAL CONTENT: FORECASTS AND ANALYSIS OF TRADITIONAL AND DIGITAL MEDIA IN THE ARAB WORLD, http://www.dpc.org.ae/UserFiles/AMO%20Eng%20combined.pdf.

[12] Qatar's Digital Media Landscape 2011, http://www.ictqatar.qa/sites/default/files/documents/Qatar_s_Digital_Media_Landscape_2011.pdf .

[13] IT Report 2010: On the Internet Ecosystem in Saudi Arabia, http://www.itforum.sa/att/CITC%20IT%20Report%202010%20English.pdf.

[14] 1 000-year-old Islamic manuscripts digitized, http://www.tradearabia.com/news/MEDIA_204129.html.

[15] http://www.bibalex.org/isis/frontend/Projects/ProjectDetails.aspx?th=XXcd39qSOqW6ylM1XyXekw==&id=sKyrIIL4uUVkkSriojvN6g==#.

[16] Usage of Arabic for websites, http://w3techs.com/technologies/details/cl-ar-/all/all.

Tableau 1: Analyse comparant les contenus numériques avec les indicateurs fondamentaux (2010)

Indicateurs	Région arabe	A l'échelle mondiale	Pourcentage
Territoire (en millions de km^2)	13,14	136,4	9,63%
Abonnements à la téléphonie mobile (en millions)	312,6	5 385,7	5,8%
Population (en millions)	365,4	6 895,1	5,125%
Utilisateurs de l'Internet (en millions)	86,2	2 044,2	4,218%
PIB (PPA; en milliers de milliards de dollars US)	2,86	74,5	3,835%
Ménages (en millions)	64,58	1 751,6	3,687%
Lignes de téléphonie fixe (en millions)	35,51	1 189,3	2,986%
Largeur de bande internationale pour l'Internet (Mb/s) (en milliers)	834,34	59 119,7	1,411%
Comptes IP (en millions)	30.6	3463	0,884%
Serveurs Internet (en millions)	1,52	764	0,198%
Nombre de cctld parmi le million de sites les mieux placés	1 871	Non disponible	0,187%
Sites Internet (gtld)	194 235	120 232,717	0,162%

Sources: ITU.int, Alexa.com, Google.com, HosterStats.com, Webhosting.info, Netcraft.com, icann.org, domaintools.com, ripe.net et isc.org.

Les trois derniers paramètres indiquent que les serveurs et les sites sont les moins développés dans la région arabe par rapport aux autres indicateurs, même la connectivité Internet internationale. Les indicateurs de ce tableau sont donnés à l'Annexe II pour chacun des 22 pays de la région arabe. Notons que certaines autres mesures employées à grande échelle peuvent induire en erreur. Par exemple, le nombre de pages dans Wikipédia ou le nombre d'occurrences indexées par Google, parce que la teneur des pages diffère selon que l'on considère les versions arabes ou les versions anglaises. De nombreux efforts sont actuellement faits pour définir les indicateurs convenant aux contenus numériques. Une partie de ces efforts sont entrepris dans le cadre du SMSI dont l'objectif 9 stipule: "Encourager l'élaboration de contenus et réunir les conditions techniques propres à faciliter la présence et l'utilisation de toutes les langues du monde sur l'Internet". Il est prérequis et étroitement lié à l'objectif 10 qui énonce: "Faire en sorte que plus de la moitié des habitants de la planète aient à leur portée un accès aux TIC". L'analphabétisme dans la région arabe est encore élevé, comparé à d'autres régions. Il varie de 94,5% au Qatar à 37,8% en Somalie, la valeur moyenne étant de 72,2%[17]. Ceci est à comparer à la moyenne mondiale de 82%.

En termes de langue employée par les utilisateurs de l'Internet, la langue arabe se situe au neuvième rang des dix langues les plus utilisées[18,19] le pourcentage d'arabophones étant de 18,8%. Le pourcentage de germanophones est le plus élevé, à savoir 79,5%. Celui des japonais est deuxième avec 78,4% et les Coréens sont troisièmes avec 55,2%. Seul le pourcentage des francophones, qui est de 17,2%, est inférieur à celui des arabophones. C'est donc un défi pour la région arabe que d'atteindre le niveau de 50% à l'horizon 2015. Wikipédia[20] indique qu'en avril 2010, le nombre d'articles en arabe était de 125 100 sur un total de 15 205 883 articles. L'arabe est donc au 113ème rang des 140 langues considérées avec 500 articles par million de locuteurs. Le nombre d'articles en arabe représente 0,82% de nombre total d'articles. Les données actuelles[21] indiquent que le nombre d'articles en langue arabe se situe au 25ème rang du nombre total d'articles, avec 166 654 articles et 980 854 pages.

Selon alexa.com, seuls sept sites arabes à contenus numériques sont classés parmi les 1 000 sites Internet les mieux placés.

---

[17] http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_literacy_rate.

[18] Measuring the WSIS Targets: A statistical framework, UIT, 2011, http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-MEAS_WSIS-2011-PDF-E.pdf.

[19] INTERNET WORLD USERS BY LANGUAGE http://www.internetworldstats.com/stats7.htm.

[20] http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedia_articles_per_population.

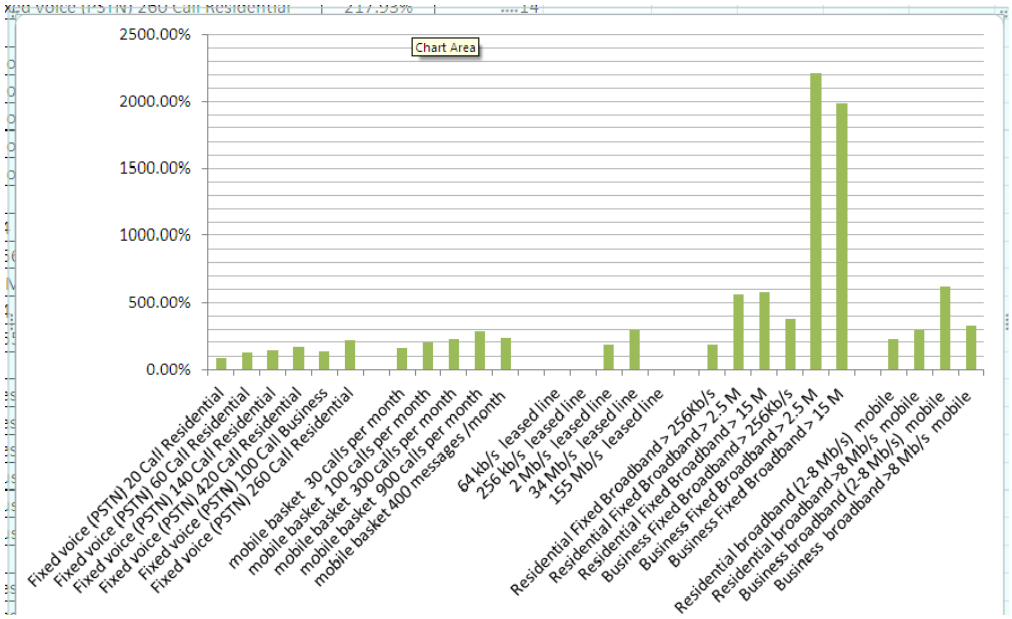
[21] http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias

Tableau 2: Sites Internet arabes classés parmi les 1 000 sites les mieux placés

Rang du site	Nom du site	Rang mondial selon Alexa	Portée
1	maktoob.com	219	0,6%
2	kooora.com	369	0,26%
3	youm7.com	480	0,2%
4	myegy.com	531	0,17%
5	fatakat.com	585	0,13%
6	aljazeera.net	754	0,124%
7	ahram.org.eg	916	0,12%

Parmi ces sept sites, quatre sites sont des sites panarabes (Maktoob, Kooora, Fatakat et Aljazeera) et trois sites sont égyptiens (Youm7, Myegy, Ahram). L'Egypte est le pays arabe le plus peuplé, qui possède le plus grand nombre d'utilisateurs de l'Internet dans la région. Le principal message que l'on peut tirer de ces constatations est que la dimension compte et qu'il est important de commencer à desservir le grand marché arabe qui a cette caractéristique unique d'avoir une seule langue et des cultures semblables. Un site arabe qui atteindrait 3% des utilisateurs arabes de l'Internet serait classé parmi les 20 sites les mieux placés à l'échelle mondiale (ebay.com, classé 20ème, a une portée de 2,77%). Du point de vue de la demande de sites Internet, nous avons observé que les sites locaux représentent en moyenne 25% des 10 sites les mieux placés dans chacun des pays. Ces sites portent pour la plupart sur les actualités. Il est impératif d'examiner comment la langue influe sur l'adoption de l'Internet. En effet, les estimations indiquent que 60% des utilisateurs habituels de l'Internet préfèrent les sites en langue arabe. On estime que 90% de la population maîtrise uniquement la langue arabe.

Mais la portée des contenus a un coût, qui les rend plus ou moins abordables. Ce coût influera sur la consommation côté demande. Il est donc impératif d'examiner la situation actuelle en matière de coût et de consommation. Dans le rapport 2011 Telecommunications Retail Prices Benchmarking Report for Arab Countries[22], les prix des différents services de télécommunication (voix et données sur les réseaux fixes et mobiles) dans la région arabe sont étudiés et comparés avec les données de l'OCDE. Voir à l'Annexe III une synthèse des prix cités. Le diagramme suivant donne le rapport entre les prix dans les deux groupes (arabe/OCDE).



Légende:

[22] http://www.tra.org.bh/en/pdf/2011PricesBenchmarkingRepforArabCountries.pdf.

Téléphonie fixe (RTPC) 20 appels résidentiels
Téléphonie fixe (RTPC) 60 appels résidentiels
Téléphonie fixe (RTPC) 140 appels résidentiels
Téléphonie fixe (RTPC) 420 appels résidentiels
Téléphonie fixe (RTPC) 100 appels d'entreprise
Téléphonie fixe (RTPC) 260 appels résidentiels
Forfait mobile 30 appels par mois
Forfait mobile 100 appels par mois
Forfait mobile 300 appels par mois
Forfait mobile 900 appels par mois
Forfait mobile 400 messages par mois
Ligne louée à 64 kb/s
Ligne louée à 256 kb/s
Ligne louée à 2 Mb/s
Ligne louée à 34 Mb/s
Ligne louée à 155 Mb/s
Large bande fixe résidentiel > 256 kb/s
Large bande fixe résidentiel > 2,5 M
Large bande fixe résidentiel > 15 M
Large bande fixe d'entreprise > 256 kb/s
Large bande fixe d'entreprise > 2,5 M
Large bande fixe d'entreprise > 15 M
Large bande mobile résidentiel (2-8 Mb/s)
Large bande mobile résidentiel > 8 Mb/s
Large bande mobile d'entreprise (2-8 Mb/s)
Large bande mobile d'entreprise > 8 Mb/s

Figure 1: Rapport (en pourcent) entre les prix arabes moyens et les prix moyens de l'OCDE pour différents services (2011). Tous les prix s'entendent en dollars US/PPA

Les données révèlent que les prix du large bande sont très supérieurs dans la région arabe à ceux dans la région de l'OCDE, le rapport le plus élevé étant celui pour le large bande d'entreprise, qui atteint 2 215%. Les données ont encore été analysées dans le but d'obtenir le prix pour 1 Mb/s. Le prix moyen pour 256 Kb/s est de 168 $, celui pour 2,5 Mb/s est de 51 $, tandis que celui pour 15 Mb/s est de 13,2 $. Le prix moyen dans la région de l'OCDE est de 4,2 $. Certains pays ont un prix plancher de 0,12 $. Le prix pour 1 Mb/s dans la région arabe est donc au moins 1 000 fois supérieur à celui dans la région de l'OCDE. Et, comment le prix du large bande influe-t-il sur la consommation? Selon la Banque mondiale[23], le trafic Internet mensuel en Corée du Sud est de 30 Go par habitant. Le coût de 1 Mb/s est de 1 $. Il semble que les prix soient inversement proportionnels à la consommation. Aucune donnée n'est disponible pour la région arabe, mais il est estimé que la consommation moyenne est actuellement d'environ 2 Go. L'étude sur le Visual Networking Index (VNI) de Cisco montre que la connexion moyenne à large bande fournit un trafic de 14,9 Go par mois, en augmentation de 31% par rapport aux 11,4 Go par mois de l'an dernier[24]. Ce chiffre dépassera vraisemblablement 50 Go par mois en 2015. Il est important de noter que, bien que le nombre d'utilisateurs mobiles soit supérieur à celui des utilisateurs de lignes fixes, le trafic IP mobile qui était de 1,2% en 2010 ne sera que de 7,8% en 2015. Les utilisateurs de lignes fixes fournissent la plus grande partie du trafic. Cette même étude a encore montré que le trafic des consommateurs passera de 80,5% en 2010 à 87,1% en 2015. Aucune donnée n'est disponible pour la région arabe, mais nous estimons que le trafic moyen est de 2 Go, compte tenu du niveau de la largeur de bande internationale et de l'état actuel des points d'échange Internet (IXP) régionaux.

[23] Building broadband: Strategies and policies for the developing world, http://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/282822-1208273252769/Building_broadband.pdf.
[24] http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/VNI_Hyperconnectivity_WP.html.

On note aussi que la Commission sur le large bande vient de se fixer comme objectif des prix du large bande de base qui soient inférieurs à 5% du revenu. Les prix élevés du large bande sont aussi à l'origine de la faible pénétration dans la région arabe, comparée à celle dans le monde. Une autre analyse du rapport susmentionné[22] indique que le prix moyen pour 1 Mb/s est de 168,4 $, à comparer avec la moyenne dans la région de l'OCDE qui est de 4,17 dollars US (PPA).

L'emploi de noms de domaine et de noms de domaine internationaux en arabe progresse, mais reste limité, en raison principalement du fait que les applications de courrier électronique ne permettent pas encore de manipuler des caractères autres que latins. Les systèmes d'enregistrement des noms de domaine en ligne et les industries les hébergeant, qu'elles soient régionales ou nationales, ne sont pas encore établis. Il est important de s'assurer que l'écosystème réponde aux besoins du client en termes de moyens lui permettant d'utiliser l'Internet dans sa vie courante, à des fins commerciales ou sociales.

L'emploi des contenus mobiles fait son chemin. Nous n'avons toutefois pas trouvé d'étude qui décrive la situation dans la région.

L'intensification des contenus numériques arabes peut tirer profit du cas de la Corée du Sud. Il faut préciser qu'elle se classe première en termes d'utilisation du large bande, bien qu'elle soit 85ème en termes de largeur de bande internationale par utilisateur Internet. Il convient aussi de noter que les entreprises locales dominent le marché des contenus, comme le montre le marché de la recherche. Ici, les deux principales entreprises, Naver (www.naver.com) et Daum (www.daum.net), sont locales, alors que les principaux moteurs de recherche sur le marché international, Google et Yahoo, ont ensemble une part de marché qui atteint seulement 11,4%[23]. La majeure partie des données Internet est apparemment produite et consommée à l'échelle nationale.

La région arabe doit identifier les mécanismes devant lui permettre d'aboutir à un tel résultat. La Free Internet Initiative en Egypte (qui a eu beaucoup de succès avant le large bande) a employé la connexion téléphonique pour les numéros à recette plus ou moins également partagée entre l'opérateur historique, Telecom Egypt (propriétaire du réseau dorsal), les fournisseurs de services Internet et les fournisseurs de contenus. Ce modèle à recette partagée pourrait se révéler être un bon moyen, dans les cas de connexions ADSL ou à fibres optiques, pour générer des recettes en développant des contenus commerciaux. Les technologies des réseaux de prochaine génération (NGN) peuvent être employées pour trouver des contenus et donc être source de revenus pour leur développement. Ce système doit être mis en place au niveau régional, avec d'autres systèmes de micro-paiement tels que PayPal. Il faut aussi ajouter que la publicité sur l'Internet progresse. Les recettes provenant des données représentent environ 20% des recettes actuelles des opérateurs de télécommunications sur les marchés des pays développés et on s'attend à ce que, dans les toutes prochaines années, elles dépassent celles provenant de la téléphonie. L'élaboration d'une politique régionale visant à faciliter l'échange du trafic Internet et la mise en œuvre d'infrastructures opérationnelles appropriées, telles que l'emploi de points IXP (liés aux centres de données), l'établissement de répertoires et le développement de moteurs de recherche, doit se faire en parallèle avec l'intensification des contenus numériques arabes. Les gouvernements ont un rôle à jouer dans ce développement[23].

L'intensification des contenus numériques arabes devrait s'articuler autour des trois grands axes suivants: a) la numérisation des contenus arabes non numériques; b) la traduction des contenus numériques non arabes; c) la création de nouveaux contenus numériques arabes. Les gouvernements arabes ont un rôle à jouer dans ce processus d'intensification, que ce soit par l'élaboration de politiques, par la mise en œuvre d'une réglementation ou par la mise à disposition de capitaux d'amorçage[23].

4. DEFIS ET PERSPECTIVES

Si l'on examine l'environnement des contenus numériques dans la région arabe, on s'aperçoit que l'intensification de ceux-ci offre de nombreuses perspectives en raison des faits suivants:

- l'importance du marché potentiel pour les contenus numériques arabes, qui est loin des niveaux de référence;
- la jeunesse de la population dans la région;
- l'intérêt qu'ont montré plusieurs gouvernements à tirer profit de la nature dynamique de la situation pour réduire la fracture numérique à court terme;
- l'intérêt/la préférence des utilisateurs pour les contenus locaux en arabe. Les pays ayant des compétences et une expérience spéciales dans les médias traditionnels ont la chance de pouvoir en bénéficier et d'adopter les nouveaux médias numériques.

Les principaux défis sont les suivants:

- l'absence, aux échelles nationale et régionale, d'initiatives aux niveaux des gouvernements, des opérateurs de télécommunications ou des fournisseurs de contenus. Les efforts portent, pour la plupart, sur des projets ponctuels. La démarche visant à établir un marché commun n'a pas encore été entreprise. Peu d'opérateurs ou de fournisseurs de services Internet sont présents à l'échelle panarabe;
- la nécessité pour les régulateurs et les fonctionnaires de changer de mentalité et d'investir dans les contenus (un atout immatériel plutôt que matériel);
- la participation pluridisciplinaire à l'écosystème des contenus numériques, en relation avec les ministères des télécommunications, de la culture, de l'éduction, de la santé, de l'administration publique, et autres;
- la disponibilité de personnel qualifié: le manque de compétences hautement qualifiées dans les domaines de pointe (au moins à présent), nécessaires au développement du secteur des contenus numériques dans le monde arabe. Les compétences requises dans les économies du savoir ne se limitent pas à la haute technologie, mais concernent aussi les domaines de la gestion, de l'entreprenariat et de l'innovation. Selon une enquête sur le secteur arabe des médias, menée par le groupe Nielson pour le présent rapport[11], un pourcentage étonnant de 98% parmi les professionnels des médias arabes estiment que la disponibilité de talents affecte la création de contenus locaux de qualité. La question des talents est une question qui touche tous les secteurs de l'industrie arabe des médias;
- la disponibilité de la formation et de l'éducation: la plupart des compétences dans le domaine des TIC et dans d'autres domaines, nécessaires au secteur des contenus numériques, ne sont pas acquises au cours de la formation suivie dans les universités ou dans les établissements d'enseignement supérieurs, mais sont habituellement acquises au travail ou à l'issue d'un programme de formation. Ceux qui, au travail, n'emploient pas les TIC ou n'y sont pas (suffisamment) formés, sont confrontés à des difficultés majeures;
- la disponibilité des compétences du côté des utilisateurs: l'éducation et les compétences sont aussi nécessaires chez eux. Le système éducatif, qui pourrait être une bonne source de connaissances numériques de base dont devraient bénéficier les plus jeunes générations, doit faire face à ce défi dans la région arabe.

5. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Puisque les contenus numériques constituent la réponse à court terme à l'adoption de l'Internet, qui est considéré comme ayant un impact majeur sur le développement socio-économique, que les analyses actuelles indiquent que les contenus numériques dans la région arabe sont bien en dessous des objectifs réalisables en termes économiques et démographiques, et que le plus grand obstacle est la langue, qui devrait être un élément unificateur dans la région arabe.

Nos principales recommandations sont les suivantes:

- élaborer *des politiques et des stratégies* visant à intensifier les contenus numériques arabes, dans le but d'équilibrer et de rationaliser les contenus et l'infrastructure, la fourniture et la demande, les contenus locaux et internationaux, les fournisseurs de services et les créateurs de contenus;
- mettre sur pied une *Fondation panarabe pour les contenus numériques*, chargée de surveiller la situation, de conduire des études et de recommander des solutions aux gouvernements, compte tenu du fait qu'il est important de considérer le marché arabe comme un marché commun pour les contenus numériques. Cette fondation pourrait devenir un bras opérationnel de la Ligue des Etats arabes, semblable à Arabsat (http://www.arabsat.com), avec hébergement, points IXP, génération de contenus, etc.;
- développer dans l'immédiat un *moteur de recherche arabe* et un *répertoire des sites web*, classés selon le domaine d'activité, en arabe, l'anglais et le français étant en option;
- investir dans *la création et la traduction des contenus, en particulier des contenus numériques*. L'emploi d'outils automatisés de traduction pourrait aider. L'existence de Wikimédia devrait aider en matière de licence. Il conviendrait d'évaluer combien il faut traduire en vue de réduire la fracture numérique (le nombre de documents traduits devant dépasser celui des documents entrants). Pour ce faire, des techniques innovantes sont nécessaires, l'externalisation ouverte pouvant aider;

- les prélèvements pour les licences d'utilisation du spectre devraient servir davantage aux investissements dans le secteur, que ce soit pour renforcer les capacités ou pour prendre en charge ce qui demande à l'être (la population, les domaines et les contenus numériques en premier lieu);
- Le renforcement des capacités est fonction d'une acquisition plus large des compétences numériques par le grand public. Il incombe en particulier aux établissements d'enseignement de donner des connaissances de base aux utilisateurs. Selon une définition du Ministère de la modernisation dans le cadre de eNorway 2009[25].

> "Par compétences numériques, on entend la capacité à exploiter les possibilités qu'offrent les TIC et leur emploi de façon critique et innovante dans l'enseignement et au travail, mais aussi l'aptitude à être critique envers les sources et à évaluer les contenus. L'emploi des outils numériques exige un savoir-faire que chacun doit acquérir, conserver et développer continuellement, s'il veut être un citoyen qui possède des compétences numériques et a un sens critique."

Le renforcement des capacités dans le système éducatif doit commencer par l'acquisition des connaissances par les enseignants et les chefs d'établissements scolaires et s'accompagner d'un investissement en R&D. Les ressources destinées à l'enseignement doivent reposer sur des normes ouvertes, de manière que les lois du marché, s'agissant du développement des aides à l'enseignement, puissent s'appliquer au mieux.

En vue de former la main d'œuvre, en particulier dans les petites entreprises qui pourraient trouver une formation interne trop onéreuse si celle-ci devait faire appel à de nombreux spécialistes, divers gouvernements de l'OCDE ont décidé de mettre au point un enseignement plus scolaire et des programmes de formation pour les contenus numériques. Une étude, réalisée pour le gouvernement irlandais, a également recommandé d'élaborer des cours de gestion des médias numériques, et de prévoir des modules créatifs aux niveaux primaire et secondaire dans les programmes informatiques. Parmi d'autres bonnes pratiques, on peut citer:

- l'appui des instituts de recherche au moyen de bourses spéciales et de systèmes de reconnaissance pour le développement de logiciels et d'outils de traitement de textes en langue arabe, l'accent étant mis sur le web sémantique;
- le lancement au niveau régional de récompenses octroyées aux personnes, aux entreprises et aux organismes publiques, pour le développement de contenus numériques arabes;
- l'établissement aux niveaux local ou régional de partenariats entre universités et instituts externes spécialisés;
- l'encouragement des personnes par l'octroi de récompenses, en leur offrant aussi des possibilités de mentorat ou de stages;
- l'encouragement de l'innovation et du démarrage de nouvelles entreprises et d'entreprises petites et moyennes (PME) dans le secteur des contenus numériques, par la création d'un fonds spécial et le soutien des investissements étrangers directs;
- le renforcement des liens entre les établissements universitaires, les instituts de recherche, les développeurs et les associations professionnelles dans le secteur des contenus numériques;
- le lancement d'initiatives et de programmes nationaux multipartites en faveur des contenus numériques arabes qui sont axés sur l'éducation, la santé et la conservation du patrimoine culturel;
- la tenue plus fréquente de forums ou de réunions d'organes régionaux favorisant l'échange et le partage des informations, des retombées, des bonnes pratiques et des enseignements;
- l'aide à la création d'entreprises privées innovantes axées sur le développement et la diffusion de contenus arabes;
- l'instauration d'initiatives gouvernementales, telles que l'institut de formation tadreeb de twofour54, un projet à long terme mis en place par un gouvernement arabe, qui visent à stimuler les talents et à constituer un vivier de talents en médias arabes, qui à leur tour vont promouvoir la création et l'exploitation des contenus locaux.

---

[25] http://www.regjeringen.no/upload/FAD/Vedlegg/IKT-politikk/eNorway_2009.pdf.

Les mesures qui précèdent permettront d'atteindre les objectifs et les cibles suivants:

Objectifs	Cibles
Augmenter le pourcentage des contenus numériques arabes sur les sites Internet. (Plusieurs indices permettent de mesurer les contenus numériques, voir l'Annexe I)	Passer des niveaux actuels (.2%-1,5) à (1%-3%) en 2015 et à (4%-5%) en 2020.
Augmenter la consommation de contenus numériques de l'utilisateur arabe	Passer de 2 Go environ par mois à 10 Go par mois en 2015 et à 50 Go en 2020.
Baisser le coût de l'accès aux contenus numériques	Passer de 168 $ pour une connexion de 1 Mb/s par mois à environ 15 $ en 2015 et à environ 3 $ en 2020. Les prix s'entendent en PPA.

ANNEXE I: Liste des indicateurs proposés pour les contenus numériques

N°	Liste des indicateurs proposés pour les contenus numériques	Source
1	Pourcentage d'utilisateurs de l'Internet, en fonction de la langue, du niveau du pays	Proposé par le SMSI
2	Pourcentage d'utilisateurs de l'Internet, en fonction de la langue, des dix langues les mieux placées, au niveau mondial	Proposé par le SMSI
3	Pourcentage de pages web, en fonction de la langue	Proposé par le SMSI
4	Nombre d'enregistrements de nom de domaine pour chaque domaine de premier niveau correspondant au code de pays, pondéré en fonction de la population	Proposé par le SMSI
5	Nombre et part des articles dans Wikipédia, en fonction de la langue	Proposé par le SMSI
6	Comptes IP (en millions)	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
7	Serveurs Internet (en millions)	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
8	Nombre de cctld parmi le million de sites les mieux placés	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
9	Nombre de sites Internet (en gtld)	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
10	Contenus numériques consultés, par habitant, par pays, par langue, par mois (en Go)	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
11	Coût de 1Mb/s, par mois	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
12	Part du marché local référencé par le principal moteur de recherche	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
13	Nombre d'articles dans Wikipédia, par langue, par million de locuteurs	Bureau régional de l'UIT pour les Etats arabes
14	Nombre de "domaines de premier niveau correspondant au code de pays" pour 1 000 habitants, par pays	OCDE
15	Nombre d'abonnés à Facebook pour 1 000 habitants, par pays	OCDE
16	Nombre de journaux en ligne pour 1 million d'habitants, par pays	OCDE
17	Nombre de stations de radiodiffusion continue en ligne pour 1 million d'habitants, par pays	OCDE
18	Nombre de photographies Flickr géolocalisées pour 1 000 habitants, par pays	OCDE
19	Nombre de téléchargements auprès de YouTube pour 1 000 habitants, par pays	OCDE
20	Nombre de pages web, par langue	OCDE
21	Nombre d'articles dans Wikipédia, par langue	OCDE
22	Nombre de blogs, par langue	OCDE
23	Nombre de messages sur Twitter, par langue	OCDE
24	Existence d'une initiative nationale en faveur des contenus numériques arabes (DAC) dans un pays	CESAO
25	Existence d'une cyberlégislation relative aux droits d'auteur des contenus numériques dans un pays	CESAO
26	Existence d'un domaine arabe enregistré de premier niveau correspondant au code de pays (ccTLD)	CESAO
27	Rapport (en pourcent) entre le nombre de DAC et le nombre total de contenus disponibles dans toutes les langues dans le ccTLD	CESAO
28	Nombre de noms de domaine enregistrés, par 1000 habitants	CESAO
29	Pourcentage de sites web arabes consultés parmi les 100 sites web les plus consultés dans un pays	CESAO
30	Rapport (en pourcent) entre le nombre de DAC et le nombre total de contenus disponibles dans toutes les langues sur l'Internet	CESAO
31	Pourcentage des utilisateurs arabes de l'Internet parmi les utilisateurs de l'Internet au total	CESAO
32	Nombre de moteurs de recherche arabes disponibles sur l'Internet	CESAO
33	Part de l'emploi de la langue arabe sur les plates-formes des réseaux sociaux (en %).	CESAO

ANNEXE II: Liste comparant les indicateurs de contenus numériques à d'autres indicateurs fondamentaux liés aux TIC

Pays/paramètre	Abonnements à la téléphonie mobile (2010)	Lignes de téléphonie fixes (2010)	PIB (PPA) en milliards de dollars US	Nombre de cctld parmi le million de sites les mieux placés	Serveurs Internet	Sites Internet (gtld)	Utilisateurs de l'Internet (en milliers) (2010)	Population (en milliers) (2010)	Territoire (km^2)	Ménage (2010)	Comptes IP	Largeur de bande internationale pour l'Internet (Mbit/s) (2010)
ALGERIE	32 780 000	2 922 700	251,1	85	572	3 811	4 433,5	35 470	2 381 741	5 769 000	2 626 076	36 000
BAHREÏN	1 567 000	228 000	29,7	25	53 944	1 781	694,0	1 260	760	133 000	426 460	10 000
COMORES	165 000	21 000	0,8		14	3	37,5	730	2 235	199 000	12 584	166
DJIBOUTI	166 000	18 500	2,1	18	195	33	57,8	8906	23 200	144 000	17 360	837
EGYPTE	70 661 000	9 618 000	497,8	166	187 197	39 667	21 691,8	81 120	1 001 450	18 590 000	8 516 363	142 964
IRAQ	24 000 000	1 600 000	113,4	34	9	2 198	791,8	31 670	438 317	3 748 000	216 933	80
JORDANIE	6 620 000	485 500	34,53	50	42 412	5 791	2 351,1	6 190	89 342	1 165 000	610 863	15 000
KOWEÏT	4 400 000	566 300	136,5	69	2 485	10 550	1 046,8	2 740	17 818	570 000	1 604 901	10 000
LIBAN	2 875 000	887 800	59,37	45	51 451	15 824	1 310,6	4 230	10 400	941 000	475 752	2 500
LIBYE	10'900'000	1 228 300	90,57	103	12 432	1 578	889,7	6 360	1 759 540	990 000	308 116	10 000
MAROC	31 982 000	3 749 400	151,4	11	277 793	17 595	15 656,2	31 950	446 550	578 000	3 395 473	75 000
MAURITANIE	2 745 000	71 6002	6,66	248	23	195	103,8	3 460	1 030 700	6 608 000	34 529	280
OMAN	4 606 000	281 800	75,84	55	9 114	4 637	1 725,1	2 780	309 500	444 000	379 733	10 537
AUTORITE PALESTINIENNE	1 800 000	368 200	12,79	56	0	1 726	1 512,3	4 040	6 220	590 000	256	n/a
QATAR	2 329 000	298 100	150,6	57	822	1 380	1 435,2	1 760	11 586	138 000	657 235	24 502
ARABIE SAOUDITE	51 564 000	4 165 800	622	336	488 598	45 530	11 253,7	27 450	2 149 690	4 188 000	4 638 904	317 944
SOMALIE	648 000	100 000	5,9		3	23	105,8	9 330	637 657	1 539 000	14 350	n/a
SOUDAN	17 654 000	374 700	100	23	70	608	4 207,8	43 550	1 861 484	6 645 000	288 566	13 300
SYRIE	11 799 000	4 069 000	107,4	52	8 114	9 669	4 2225,0	20 410	185 180	3 956 000	722 151	5 735
TUNISIE	11 114 000	1 289 600	100	95	490	6 967	3 857,0	10 4806	163 610	3 434 000	2 729 405	51 200
EMIRATS ARABES UNIS	10 926 000	1 479 500	246,8	333	379 309	21 687	5 859,1	7 510	83 600	761 000	2 877 156	105 100
YEMEN	11 085 000	1 046 300	63,4	10	255	2 982	2 970,5	24'050	527 968	3 449 000	54 220	3 200
Total arabe	312 386 000	35 514 502	2 859	1 871	1 515 302	194 235	86 213	365 446	13 138 548	64 579 000	30 607 386	834 345
Total mondial	5 385 659 000	1 189 262 000	74 533,10	1 000 000	764 007 596	120 232 717	2 044 151,90	6 895 100	136 437 677	1 751 590 810	3 463 670 272	59 119 709
Pourcentage de la région arabe sur le total	5,800%	2,986%	3,835%	0,187%	0,198%	0,162%	4,218%	5,300%	9,630%	3,687%	0,884%	1,411%

Sources: ITU,int Alexa,com Google,com HosterStats,com Webhosting,info Netcraft,com icann,org domaintools,com ripe,net et isc,org,

Note – Il conviendrait d'analyser encore ce tableau au niveau de chacun des pays en vue de vérifier si les conclusions générales au niveau régional énoncées dans le rapport sont valables, D'autres indicateurs définis à l'échelle internationale peuvent contribuer à la mesure de la qualité du réseau et d'autres paramètres influant sur la demande et sur son utilisation, Les coûts du service devraient être étudiés notamment le temps perdu par les utilisateurs en raison du bas débit de la connexion des itinéraires de routage de la disponibilité des centres de données du déploiement des infrastructures et de nombreux autres paramètres qui définissent ensemble outre la disponibilité des contenus pertinents et leur facilité d'emploi le degré de satisfaction de l'utilisateur,

ANNEXE III
Prix de détail en 2011 des télécommunications dans la région arabe comparés à ceux dans la région de l'OCDE[22]

Service	Région de l'OCDE	Région arabe	Rapport (en pourcent)
Téléphonie fixe (RTPC) 20 appels résidentiels	24,32	21,47	88,28%
Téléphonie fixe (RTPC) 60 appels résidentiels	35,1	45,11	128,52%
Téléphonie fixe (RTPC) 140 appels résidentiels	55,96	84,57	151,13%
Téléphonie fixe (RTPC) 420 appels résidentiels	89,15	152,85	171,45%
Téléphonie fixe (RTPC) 100 appels d'entreprise	38,69	54,66	141,28%
Téléphonie fixe (RTPC) 260 appels résidentiels	80,33	175,06	217,93%
Forfait mobile 30 appels par mois	17,21	28,28	164,32%
Forfait mobile 100 appels par mois	33,09	64,96	196,31%
Forfait mobile 300 appels par mois	63,35	144,98	228,86%
Forfait mobile 900 appels par mois	130,6	369,49	282,92%
Forfait mobile 400 messages/mois	23,34	54,03	231,49%
Ligne louée à 64 kb/s	Non disponible	594	Non disponible
Ligne louée à 256 kb/s	Non disponible	1 163	Non disponible
Ligne louée à 2 Mb/s	1 783	3 259	182,78%
Ligne louée à 34 Mb/s	9 568	27 778	290,32%
Ligne louée à 155 Mb/s	Non disponible	24 640	Non disponible
Large bande fixe résidentiel > 256Kb/s	31,75	56,65	178,43%
Large bande fixe résidentiel > 2,5 M	37,03	205,99	556,28%
Large bande fixe résidentiel > 15 M	41,1	236,84	576,25%
Large bande fixe d'entreprise > 256Kb/s	37,08	141,89	382,66%
Large bande fixe d'entreprise > 2,5 M	43,31	959,53	2 215,49%
Large bande fixe d'entreprise > 15 M	61,38	1222,5	1 991,69%
Large bande mobile résidentiel (2-8 Mb/s)	15,77	35,19	223,15%
Large bande mobile résidentiel >8 Mb/s	29,18	85,88	294,31%
Large bande mobile d'entreprise (2-8 Mb/s)	15,46	95,42	617,21%
Large bande mobile d'entreprise >8 Mb/s	27,89	90,73	325,31%

Tous les prix s'entendent en dollars US (PPA),

Prix de 1 Mb/s pour les lignes fixes

Service à 256 Kb/s	Débit	Prix	Prix de 1 Mb/s
Djibouti	256	146,21	571,1
Syrie	256	90,05	351,8
Liban	256	69,8	272,7
Mauritanie	256	57,81	225,8
Libye	256	51,02	199,3
Soudan	256	50,72	198,1

Yémen	256	50,19	196,1
Palestine	512	91,07	177,9
Emirats arabes unis	256	31,79	124,2
Algérie	256	31,76	124,1
Jordanie	512	59,51	116,2
Egypte	256	27,26	106,5
Arabie saoudite	256	25,46	99,5
Qatar	1000	77,41	77,4
Tunisie	512	38,24	74,7
Bahreïn	640	40,34	63,0
Oman	2 000	57,63	28,8
Maroc	1 000	23,53	23,5
Moyenne		56,7	168,4

Note 1 – Les deux premières colonnes sont extraites de la référence[22] et les chiffres de la dernière colonne ont été calculés afin de comparer les prix dans la région arabe avec ceux qui ont été indiqués par l'OCDE[26].

Note 2 – Les prix pour la téléphonie mobile devraient être inférieurs à ceux qui ont été indiqués pour la téléphonie fixe en raison des lois du marché.

Note 3 – Malgré un nombre plus élevé d'abonnés à la téléphonie mobile le trafic IP sur le réseau fixe est bien supérieur comme indiqué dans le rapport.

[26] Gamme des prix pour le large bande par mégabit par seconde du débit annoncé, avec/sans taxe de ligne (sept. 2010) http://www.oecd.org/dataoecd/22/43/39574979.xls.