

# Le rôle des portails institutionnels

## A l'origine

Lorsque le web a commencé à devenir un outil de communication pour les opérateurs touristiques, les institutions liées au monde du tourisme furent parmi les premières à créer un portail web.

Cette présence de portails institutionnels n'a continué de croître, mais il est important de bien souligner le rôle de ceux-ci, notamment par rapport aux sites web des opérateurs, mais aussi la nécessaire évolution réalisée, ou à réaliser, par les gestionnaires de ces portails.

Dans cette catégorie de portails, on place ceux des syndicats d'initiative, des maisons de tourisme, des fédérations de chambres et de gîtes d'hôtes, les fédérations provinciales ou régionales, ou des portails plus thématiques par exemple.

## Du rôle d'annuaire au rôle « commercial »

Dans les premières années de l'internet, si un petit opérateur touristique voulait remonter dans les premières pages d'une recherche sur un moteur, il devait avoir mis en place des techniques de référencement particulièrement efficaces, et coûteuses. D'où l'absence de visibilité des petits opérateurs sur le web. Et le besoin de passer par la présence sur des portails institutionnels, jouant le rôle d'annuaires, géographiques et/ou thématiques, qui avaient eux les moyens humains et financiers d'assurer un bon référencement dans les annuaires et moteurs.

De nos jours, grâce aux outils de gestion de contenu et aux algorithmes de référencement, n'importe quel petit site d'opérateur peut être très visible sur le web, et ce à moindre coût (voir fiche sur le référencement).

Si c'est le cas, quelles sont alors les raisons de rester présents sur le portail institutionnel, et comment celui-ci doit-il évoluer ?

## Rester présent dans les portails institutionnels

Les raisons sont nombreuses :

### *Le volume d'informations*

Tout d'abord le volume d'informations présent sur un portail est une bonne raison, car cela augmente le potentiel de référencement, la fréquence de mise à jour, la popularité du portail (hyperliens au départ d'autres sites), etc ... Donc l'internaute a une opportunité supplémentaire de trouver le site de l'opérateur touristique.

Mais cela permet aussi de se retrouver « à côté des autres » ... et donc de susciter l'intérêt de ceux qui cherchent des informations soit générales, soit sur un autre opérateur, et découvre une nouvelle offre qui peut les intéresser.

Cette présence à côté des « concurrents » est d'ailleurs fort utile dès lors qu'on sait que la plupart des internautes comparent les offres de nombreux fournisseurs avant de se décider. Ne pas être présent là où l'internaute cherche ou compare, c'est perdre une opportunité ...

## Les agendas et actualités

Etre présent sur un portail institutionnel ne consiste pas seulement à être dans leur annuaire, mais aussi à être mis en évidence, soit dans les actualités (lors d'une nouveauté chez l'opérateur, telle un agrandissement de l'infrastructure, ou un service nouveau), soit dans l'agenda, pour des événements organisés par l'opérateur. L'avantage est que cette présence est visible pour les visiteurs du portail institutionnel, mais aussi pour les ceux qui reçoivent les communications de ces portails (via des lettres électroniques, flux RSS, etc ...)


Pays des Vallées / Activités

### LES ACTIVITES TOURISTIQUES DE L'AUTOMNE

#### Profitez des derniers beaux jours de l'automne en Province de Namur

En arrière-saison, en Ardenne, la forêt est superbe... vous pourrez

- y faire de belles et calmes randonnées comme sur le [Réseau La Hesbave à Vélo](#) par ex. Aidez-vous du site [www.tourismeops.be](http://www.tourismeops.be) !
- flâner à la recherche de [champignons](#), écouter le [brâme du cerf](#),
- croiser quantité de petits animaux forestiers, admirer la faune locale, ramasser châtaignes et marrons ou encore vous inspirez des [arboretum et parcs et jardins](#) pour commencer un herbier.



Au détour des bois et des campagnes, dans les petites villes à taille humaine de la Province de Namur, vous pourrez déguster [les plats à base de gibiers](#) préparés par les restaurateurs.

Et si la météo est de votre côté, vous pourrez profiter pleinement d'un «été indien» sans pour cela traverser l'Atlantique et découvrir [les activités nature de la province](#) ou participer à une foule de [manifestations toujours programmées](#).

Consultez le [dossier spécial "La forêt en automne au Pays des Vallées"](#) pour découvrir toutes les richesses touristiques automnales.

Rappelez-vous que la province de Namur est à seulement 1 h de Bruxelles, 2h de la Côte belge (200 km), 40' de Liège et 1h30 heure du Nord de la France (140 km)..

Activités : Recherche par critères

Nom

Localité

Vallée

Date envisagée (jj/mm/aaaa)  /  /

Catégories: 0, 1 ou +

- ☐ Activités récréatives
- ☐ Domaines et centres récréatifs
- ☐ Entreprises visitables ou produits régionaux
- ☐ Musées
- ☐ Nature
- ☐ Patrimoine
- ☐ Sports
- ☐ Tourisme Fluvial

Options: 0, 1 ou +

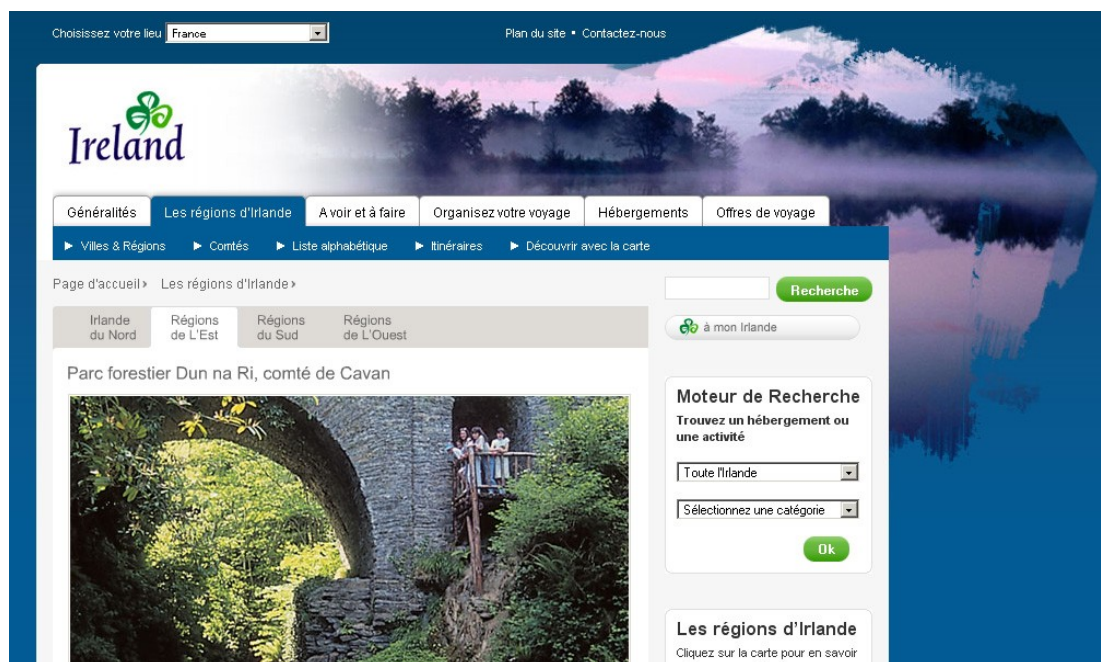
- ☐ Accessible aux personnes à mobilité réduite
- ☐ Animaux de compagnie
- ☐ Cartes de crédit acceptées
- ☐ Ouvert en hiver
- ☐ Piscine en plein air

*Ci-dessus : page d'agenda des activités organisées par les opérateurs touristiques de la Province de Namur et présentée sur le portail : [paysdesvallées.be](http://paysdesvallées.be)*

### *La présence internationale des portails*

A côté du poids de leur référencement, certains portails institutionnels font partie de réseaux européens, plus visibles pour les internautes étrangers. Parfois même, ces institutions disposent des budgets nécessaires pour créer des sites dédiés à une population étrangère bien précise. Cfr exemple :

**[Irlande-tourisme.fr](http://Irlande-tourisme.fr)** : Site touristique officiel de l'île d'Irlande, totalement en français, et qui repointe sur [www.discoverireland.com/fr/](http://www.discoverireland.com/fr/) – Le Tourisme Irlandais vous aide à organiser votre voyage : vols, ferry, hébergement, hôtels, B&B, cartes, ...



### *Les outils complémentaires des portails*

Les portails institutionnels peuvent aussi proposer des outils tels un extranet permettant à chaque opérateur touristique de mettre à jour lui-même ses données, via un login et un mot de passe. Cela simplifie le processus de mise-à-jour, et permet une plus grande fréquence de celle-ci, lorsque l'opérateur touristique en prend l'initiative.

Mais ces portails peuvent aussi proposer des outils tels une centrale de réservation, ou une centrale d'achat d'espaces publicitaires en ligne, si pas des campagnes de mots clés payants (adwords) ou d'inscriptions dans des annuaires, mutualisées pour plusieurs opérateurs, au sujet d'une thématique spécifique par exemple.

### **La nécessaire évolution des portails institutionnels**

Ayant décrit le rôle des portails, il nous paraît important de mentionner que la « concurrence » qui est faite par les opérateurs touristiques eux-mêmes en termes de visibilité remet en question le rôle de pur annuaire de ces portails. En effet, il y a quelques années, l'internaute était déjà tout content de trouver l'offre sur un site annuaire. Aujourd'hui, au-delà des avantages cités précédemment, l'internaute cherche aussi une nouvelle valeur ajoutée : qu'on puisse l'aider dans son choix, lui permettre de gagner du temps plutôt que de parcourir un annuaire, par exemple avec des fonctions de mises en évidence thématiques, d'offres packagées, pourquoi pas de ventes d'offres des opérateurs, de concours avec lots offerts par les opérateurs. Et l'on voit par conséquent de plus en plus de portails institutionnels adopter une approche marketing (et/ou vente), décidant de faire des choix de mises en évidence d'offres d'opérateurs attrayantes, etc ... A chaque opérateur touristique à bien se positionner face à ces nouvelles opportunités !