

e-Tourisme - La co-information et le Web 2.0

Le partage de contenu et les flux d'informations

Les informations touristiques se trouvent sur des sites Web de plus en plus esthétiques, ergonomiques et actualisés en temps «réel». Le souhait d'instantanéité et de fraîcheur de l'information exprimé par le touriste internaute pousse les émetteurs de contenu à augmenter le «taux de rafraîchissement» de l'information de leur site Web ou leur portail.

Ceux-ci doivent donc se concentrer sur l'information qu'ils maîtrisent afin de la rendre plus attractive et plus complète. Le temps est fini d'afficher sur son propre site Web une multitude d'informations plus ou moins liées au thème central.

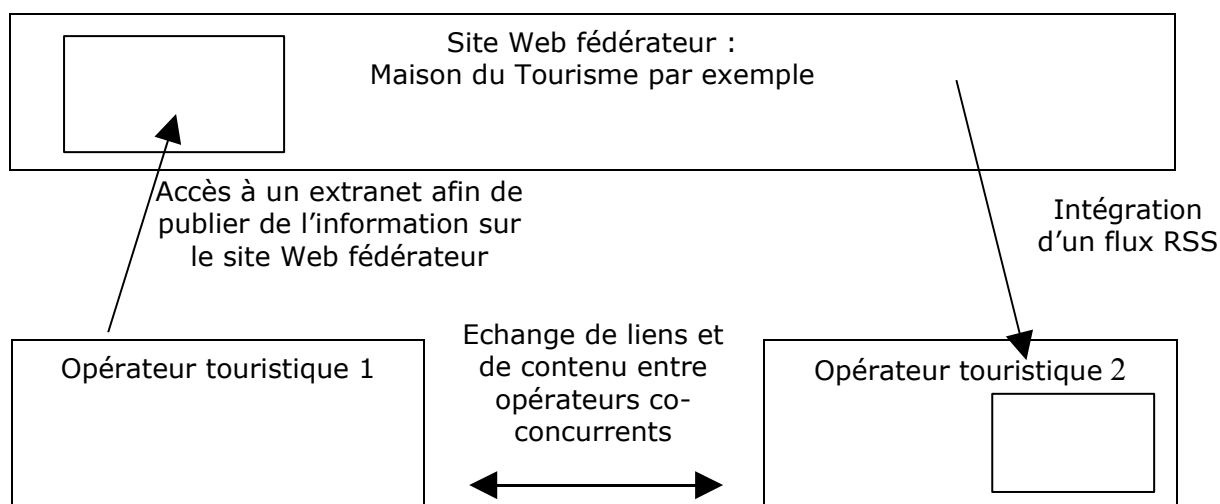
Fini d'aller à la pêche aux informations situées en dehors de sa propre sphère de connaissances. Dans le secteur du tourisme, cela signifie par exemple que les organismes tels que les Maisons du Tourisme, les Syndicats d'Initiative et les Offices du Tourisme doivent se concentrer de plus en plus sur les informations de leur propre région, les améliorer, les compléter, les rendre plus attractives, plus illustrées.

Et, pour ce qui concerne l'information des régions limitrophes, il convient de renvoyer vers les émetteurs d'informations concernés, c'est-à-dire, la Maison du Tourisme voisine ou, plus largement, vers la Fédération touristique provinciale, l'Office de Promotion du Tourisme...

L'étape suivante est l'échange et l'affichage des données d'une région dans le site Internet d'une autre région. Typiquement, les événements majeurs, qui ont un rayonnement régional, vont être affichés par plusieurs types d'organismes touristiques locaux.

WIN-WIN

Il s'agit donc de mutualiser les contenus de plusieurs organisations tout en présentant le contenu d'informations issues de sources différentes avec leur mise en page, comme le font les journaux qui diffusent les dépêches d'agences de presse. Ce mécanisme s'appelle aussi **la syndication** de site.



L'opérateur touristique final peut ainsi faire remonter du contenu (promotion, last minutes, etc.) vers des sites portails thématiques et réciproquement, reprendre des informations proposées par ces sites portails afin d'alimenter leur site Web... Nous sommes dans une relation WIN-WIN. Toutefois, avant de se lancer, il est préférable de réfléchir en amont sur la manière dont l'entreprise va gérer ce type de contenu, car cela implique un contrat implicite ou une gestion performante des droits.

Agréger du contenu avec RSS par exemple...



RDF Site Summary (RSS) permet d'incorporer à un site des fils d'information provenant d'autres sites web. Un outil particulièrement intéressant pour enrichir gratuitement son contenu.

RSS est un format XML utilisé pour fournir un contenu web concis et sélectif aux clients d'agrégation de contenu. Plus précisément, RSS est un "format de syndication et de description des métadonnées extensible, polyvalent et léger", selon la spécification RDF du W3C (World Wide Web Consortium).

De nombreuses versions de RSS sont disponibles. Chacune propose quelques fonctionnalités uniques adaptées à un certain type de contenu. Vous pouvez choisir d'implémenter l'une ou l'autre de ces versions, en fonction de vos besoins.

Toutes bénéficient de la même popularité et la plupart des agrégateurs et outils RSS fonctionnent avec toutes ces versions. Pour ne prendre aucun risque, vous pouvez utiliser un sous-ensemble d'éléments RSS commun à toutes les versions pour garantir leur compatibilité.

Les contributions RSS peuvent être générées manuellement en créant et en postant sur un site un fichier RSS (par exemple, `dernieres_nouvelles.rss`). Divers outils et services en ligne extraient ou génèrent automatiquement des contributions RSS à partir du contenu existant d'un site ; cela s'avère souvent utile lorsqu'il s'agit de sélectionner des données sur des sites offrant un contenu dynamique.

Le WEB 2.0.

L'expression Web 2.0 a été proposée pour désigner ce qui est perçu comme un renouveau du World Wide Web. L'évolution ainsi qualifiée concerne aussi bien les technologies employées que les usages. En particulier, on qualifie de Web 2.0 les interfaces permettant aux internautes d'interagir à la fois avec le contenu des pages mais aussi entre eux.

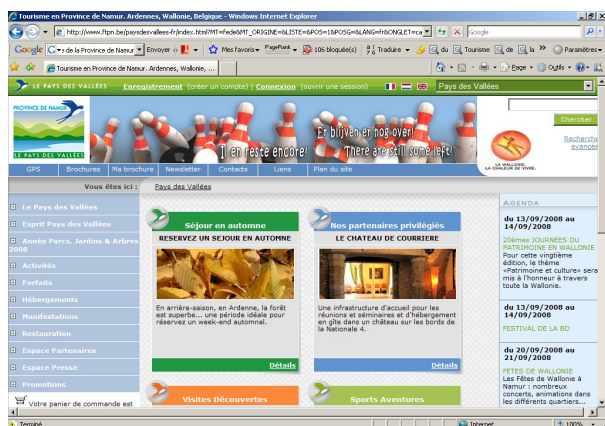
Dans le Web 2.0, l'internaute est acteur. Il contribue à alimenter en contenu les sites, blogs, wikis, ...

À épingle...

Dans le secteur de l'e-tourisme, la co-information (ou co-contribution) semble montrer le bout de son nez. Le touriste potentiel consulte aussi des sites officiels, d'où le rôle essentiel à tenir pour les sites institutionnels.



Le Plan stratégique 2008 – 2012 de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège prévoit un nouveau site Web « permettant aux prestataires touristiques d’assurer eux-mêmes la mise à jour de leurs données »... ce qui augmentera le nombre de contributeurs !



De même, la Fédération du Tourisme de la Province de Namur propose un extranet, zone sécurisée, où les opérateurs peuvent venir modifier leurs coordonnées, leurs tarifs, leurs services... ou même publier un élément dans l’agenda avant validation et publication immédiate.



Blog&Brussels est le blog de Bed&Brussels (<http://www.bnb-brussels.be>) qui permet à l’internaute d’alimenter le contenu.

<http://www.blogandbrussels.be>