

Chronique 2.0

Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0?

PARCE QU'IL Y A DES VERSIONS D'INTERNET MAINTENANT? MAIS ENFIN QUE SE PASSE-T-IL SUR LA TOILE POUR QUE L'ON EN PARLE AUTANT?

Le Web, les langages de programmation, les navigateurs, les logiciels ont beaucoup évolué au fil des années. Afin de rendre Internet plus facile d'utilisation, les ingénieurs ont, grâce à ces nouveaux langages et à ces nouvelles manières de programmer, permis de simplifier, fluidifier, améliorer les interfaces. Ainsi, les sites s'adaptent, se souviennent et proposent des outils (widgets) qui guident les utilisateurs tout en leur facilitant la navigation.

Les contenus ont également évolué. Visionner une vidéo sur Internet, par exemple, est devenu banal grâce à ces progrès et au haut débit. Avant, voir une vidéo de manière fluide relevait de l'exception. Aujourd'hui, on peut visionner des émissions de TV et continuer à surfer en même temps. Quand on sait que n'importe quel téléphone portable ou presque permet maintenant de faire un podcast, de prendre des photos, de l'envoyer en direct sur un site... on comprend à quel point cette avancée a libéré les choses. C'est à la portée de tous.

Des contenus dynamiques et communautaires

S'il était jusqu'ici assez fastidieux de faire un site Internet, l'arrivée des blogs et leur adoption massive ont rendu également aisée la création de contenu sur Internet. Particuliers et entreprises ont bien compris l'intérêt de ces nouveaux outils et publient donc un nombre croissant de contenus éditoriaux. C'est en ligne en quelques secondes, rangé de manière antéchronologique et surtout parfaitement bien référencé par les moteurs de recherche. Tout le monde devient un peu reporter. Un site propose même de devenir «journaliste citoyen». Chacun peut maintenant librement soit publier son point de vue ou partager son expertise, soit commenter.

Le citoyen justement est sollicité pour ce qu'il sait. C'est le cas des wiki dont le plus célèbre, wikipédia, propose à chacun d'ajouter son savoir pour le plus grand bénéfice

de tous. Perpétuellement actualisée, surveillée, inspectée, cette encyclopédie vivante n'a de cesse de s'enrichir et s'avère tout aussi valable que les plus pointues des encyclopédies.

Une autre manière d'accéder à l'information

Pour obtenir de l'information, on allait de sites en sites. Depuis l'avènement des flux RSS, une manière d'accéder au contenu d'un site mais sans nécessairement devoir le consulter pour le lire, on peut suivre à distance des dizaines de sites et ainsi sélectionner plus rapidement l'information qui nous intéresse. L'utilisateur ne vient donc pas au site, mais c'est le site qui vient à lui.

Idem pour ce qui concerne les recherches. On ne va plus sur un site pour trouver de l'info mais on «google» ce que l'on cherche et on explore les résultats de la recherche.

Le challenge devient donc d'attirer l'attention dans cette masse d'informations que contient la toile.

L'inversion de la pyramide du pouvoir et la disparition du «off»

Jusqu'à présent, l'auteur d'un site Internet publiait du contenu selon ce qu'il pensait devoir donner comme information. Hormis par email, il

lui était difficile d'avoir du feedback. D'ailleurs, afin d'éviter cette pollution, certains en limitaient même carrément les possibilités ou filtraient grâce à des formulaires rébarbatifs. Et puis, que l'auteur réponde à votre question ou qu'elle reste lettre morte importait peu.

Ce qui est nouveau, c'est que tout le monde peut librement publier des articles dans des blogs ou via des commentaires, le fait qu'un site ne permette pas le feedback n'empêche pas l'information d'exister.

Ainsi, une masse très importante d'utilisateurs se trouve à adresser des entreprises et ce pas uniquement sur le site de l'entreprise mais dans une multitude d'endroits. Un peu comme si les conversations «off» devenaient «live». Si auparavant un client mécontent se contentait d'un vague courrier au service consommateur, il utilise maintenant les forums, les blogs pour attirer l'attention lorsqu'il estime que l'entreprise ne lui a pas apporté satisfaction. Pour parler de ce changement de paradigme, Thierry Crouzet l'a symbolisé par l'expression le «5^e pouvoir».

L'utilisateur se retrouve au centre de tout. Choyé mais également redouté, il acquiert un pouvoir dont il est encore que peu conscient.

Internet se professionnalise et des professions nouvelles apparaissent. Maîtriser la communication, intervenir dans ces communautés, utiliser les langages de programmation à la pointe... tout ceci ne peut plus se faire en bricolant. Fini le stagiaire qui fait un site Internet à coup de logiciels à préfabriquer du code.

Les entreprises aimeraient se persuader que cette évolution est mineure, mais force est de constater qu'Internet a su faire plier les plus puissants (Cailler).

C'est un média avec lequel il faut donc savoir composer. Les règles de ce média lui sont propres. On n'agit pas sur Internet comme en télévision ou avec la presse.

Les entreprises doivent apprendre et surtout s'y mettre... vite car Internet ne les attendra pas.

1.0 versus 2.0 c'est simplement l'appellation que l'on utilise pour symboliser cette évolution. Y aura-t-il un web 3.0? La joute des appellations est ouverte, mais une chose est sûre en tout cas, c'est que l'évolution du web ne s'arrêtera pas. Ce média va s'installer, changer, apporter de nouvelles possibilités notamment avec tout ce qui est mobile. Cette évolution n'est donc qu'un début.

SANDRINE SZABO

» <http://blog.profession-web.ch>

BRÈVE | Best of Swiss Web 2007

Le site, conçu par l'agence Namics, a reçu le titre envié de Master of Swiss Web. Les Romands, grâce à l'agence Electronlibre, ont obtenu le prix «Online marketing» et «Public Affairs» pour le site musical de la SSR. Une reconnaissance concrète de l'innovation apportée par la plateforme musicale dans le secteur de la musique et de l'efficacité marketing liée.

En effet, suite à l'adoption par les groupes de musique, le site a bénéficié d'une couverture presse unique tout au long de l'année 2006, cité à plus de vingt reprises comme un modèle du genre, également sur le plan européen. Mais le succès



ne s'est pas arrêté là puisqu'une nouvelle version plus «sociale» de Mx3 a été lancée. Elle permet aux auditeurs de tisser des liens solides avec leurs groupes préférés ou leurs amis pour découvrir de nouveaux contenus. Le nouveau marketing viral est né, il est plus durable et transforme la navigation en une découverte transversale, avec l'aide des multiples recommandations concrètes.

V. M.