

Ubuntu est-elle une distribution commerciale ? Et si oui pourquoi le taire ?

Excellent accélérateur de migration Windows vers GNU/Linux, Framasoft soutient et promeut depuis le début la distribution grand public Ubuntu. Et ce ne sont ni les annotations de Richard Stallman ni la récente « affaire Amazon » (fort bien explicitée par Christophe Sauthier) qui nous feront changer d'avis.

Mais cela ne nous empêche pas dans ces colonnes de traduire de temps en temps des articles parfois critiques à son égard, au risque de déclencher des ires dans les commentaires □

Ici le journaliste Sam Varghese reproche à Mark Shuttleworth de ne pas avoir clairement affirmé, et ce dès l'origine, le caractère commercial d'Ubuntu intimement liée à sa société Canonical. C'est ce qui explique pour lui que cette histoire avec Amazon a été si mal prise pour la communauté.

Et de citer alors en exemple la société Red Hat qui lui semble plus claire dans ses objectifs (de profits). D'ailleurs cette dernière propose deux distributions plutôt qu'une : la « commerciale » Red Hat Enterprise Linux et la « communautaire » Fedora.

Il est d'ailleurs possible que cette éventuelle confusion soit encore plus forte dans des pays comme la France où la communauté Ubuntu est très dynamique.

Il est vrai qu'une fois qu'on découvre GNU/Linux (souvent avec Ubuntu), on s'aperçoit qu'il existe bien des différences entre les distributions. Le *très pratique* mais pas *très libre* Linux Mint n'est pas la même que la *moins pratique* mais *très libre* Trisquel. La gouvernance et finalité d'une Debian diffèrent *sensiblement* de celle d'Ubuntu qui s'en est inspirée à la base.

C'est toute la richesse et diversité du logiciel libre et c'est très bien ainsi, non ?



La grande erreur de Mark Shuttleworth

Mark Shuttleworth's big mistake

Sam Varghese - 26 octobre 2012 - ITWire.com

(Traduction : peupleLa, Bob Young, KoS, Yuston, Gatitac, HgO, greygjhart)

La semaine dernière a marqué le huitième anniversaire de l'apparition d'Ubuntu sur la scène GNU/Linux. Depuis octobre 2004, de nouvelles versions de cette distribution sont sorties tous les six mois : le buzz initial a été très fort avant de s'estomper peu à peu.

Il est remarquable qu'au fil des ans, chaque fois que Mark Shuttleworth, l'homme qui possède Canonical, la compagnie qui est derrière Ubuntu, introduit une nouvelle fonctionnalité destinée à générer des revenus, des cris et des pleurs se font entendre. Alors, les gens d'Ubuntu essaient de s'expliquer et pour finir, on trouve un semi-compromis qui ne satisfait personne.

La dernière de ces fonctionnalités, dans la version 12.10, fut l'ajout des résultats

de recherche d'Amazon aux résultats de recherche habituels. Ce qui signifie un peu d'argent venant d'Amazon pour Canonical (à chaque fois qu'un utilisateur d'Ubuntu achète un produit Amazon à partir de la recherche). Le compromis a été d'en faire une fonctionnalité optionnelle.

De telles situations se sont déjà produites par le passé, et se reproduiront encore à l'avenir. Il y a selon moi une raison simple à cela : Mark Shuttleworth n'a pas réussi à formuler une vision claire du projet Ubuntu à ses débuts. Grave erreur.

Lorsqu'Ubuntu est sortie pour la première fois, il y a eu beaucoup de discussions à propos de la signification de la formule : l'humanité en partage (*NdT : humanity to others*). Il y avait un tas de fonctionnalités cools, qui mettaient l'accent sur l'implication de la « communauté ». Des cédéroms étaient livrés gratuitement aux gens. On aurait dit une œuvre de bienfaisance du logiciel libre gonflée aux stéroïdes. Ou à l'EPO, à la Lance Armstrong (*en français dans le texte*) si vous préférez.

Mais il n'y a jamais eu de discussions à propos du fait qu'Ubuntu est une distribution commerciale ; elle a besoin de générer du profit pour exister. Shuttleworth a les poches profondes mais elles ne sont pas sans fond. Le logiciel a beau être gratuit, il faut néanmoins que les comptes atteignent un jour l'équilibre.

À l'opposé, lorsque Red Hat, de loin l'entreprise générant le plus de profits grâce à GNU/Linux, est née, en 1994, tout le monde savait que son but était de générer de l'argent grâce au système d'exploitation libre. Il n'y avait pas d'illusions. C'est pourquoi en 1997, lorsque j'ai pour la première fois entendu parler de GNU/Linux, la communauté du logiciel libre surnommait déjà Red Hat la « Microsoft » des distributions Linux !

Mais au fil des ans, Red Hat a acquis beaucoup de karma positif auprès de la communauté. Elle contribue largement au progrès de Linux en recrutant une bonne partie des développeurs contribuant au noyau. Elle finance des activités périphériques pour participer à la croissance de l'écosystème des logiciels libres.

Personne n'a dit le moindre mal d'Ubuntu à ses débuts. Mais à certains moments en cours de route, quand il s'agissait d'incorporer des fonctionnalités en vue de générer des revenus, les utilisateurs se sont dressés en masse. On ne peut pas leur en vouloir; ils avaient été amenés à croire que la communauté était primordiale et ils ont réagi.

Après quelques-unes de ces confrontations, Shuttleworth a levé le pied et poursuivi sur le chemin qu'il avait choisi. Il ne pouvait pas vraiment faire autrement, après les critiques d'abord douces puis amères soulevées par ses tentatives progressives d'introduire des fonctionnalités commerciales.

Les membres de la communauté n'ont rien contre ceux qui gagnent de l'argent grâce à des logiciels libres. Patrick Volkerding, créateur et mainteneur principal de la distribution Slackware, est considéré par beaucoup comme un héros pour avoir toujours fourni à ses utilisateurs la distribution qu'ils voulaient. En retour, ces utilisateurs achètent tout ce qu'il produit pour qu'il gagne de l'argent et continue son travail. Et sa distribution est demeurée bénéficiaire la majeure partie de son existence.

Mais Shuttleworth a plus ou moins creusé sa propre tombe. Il aurait dû être clair quant au chemin qu'il allait prendre, clair à propos de son but, et faire attention à ce que son plan soit transparent. Une société basée sur GNU/Linux doit tracer son chemin différemment d'une société ordinaire ; peut être que Shuttleworth n'en avait pas conscience.

Quelle qu'en soit la raison, son manque de communication a abouti à ce qui s'est produit avec les résultats de recherche Amazon et ce qui s'en suivra. C'était la grosse erreur de Mark Shuttleworth.

Crédit photo : Stephen Walli (Creative Commons By-Sa)