

Firefox : bilan et perspectives - Entretien avec la présidente de la Mozilla Foundation Mitchell Baker



Le navigateur Firefox est certainement l'une des plus belles réussites en matière de logiciel libre. Nous avons voulu en savoir plus en traduisant l'une des rares (et denses) interviews accordée à APC Magazine par la présidente de la Mozilla Foundation Mitchell Baker dont on peut lire ceci sur le Standblog.

Mitchell est vraiment une femme extraordinaire. Elle est réservée, presque timide, ne cherche pas la reconnaissance du public. Par contre, elle a une éthique et une volonté incroyables. Il y a quelques années, le torchon brûlait entre Netscape et Mozilla.org. La direction de Netscape voulait plus de contrôle et a mis une pression phénoménale sur Mitchell pour qu'elle plie. Devant sa volonté de respecter l'esprit du projet et le travail des contributeurs externes, la direction de Netscape l'a licenciée avec pertes et fracas et a tenté de nommer la vice-présidente de Netscape à la tête de Mozilla.org. Mitchell ne s'est pas laissée faire. Ne pouvant rien faire contre le licenciement (aux Etats-Unis, la loi est clairement du côté de l'employeur), elle s'est accrochée à Mozilla.org et a continué son boulot de Chief Lizard Wrangler (Dompteuse de lézards en chef, son titre officiel) à titre bénévole pendant plusieurs années, jusqu'à monter la Mozilla Foundation. Combien d'entre nous auraient accepté d'être licenciés pour ne pas avoir à faire quelque chose qui leur déplaît ? Combien auraient continué bénévolement le travail une fois licencié, parce que c'était la chose à faire ? Cette obstination à vouloir faire marcher le projet

Mozilla malgré les aléas a été un exemple pour beaucoup de contributeurs et n'est pas étranger au fait que Peter et moi ayons pris la décision de monter Mozilla Europe au moment de notre licenciement.

Mitchell est véritablement quelqu'un de bien, et le projet Mozilla a une chance inouïe d'avoir une personne pareille à sa tête.

Une traduction collective^[1] de notre groupe de travail Framalang pour une relecture finale assurée par Tristan Nitot himself avec l'aimable autorisation d'APC Magazine^[2].



Mozilla CEO speaks out on future of Firefox

Le 7 mai 2007- Dan Warne - APC Magazine

Selon la présidente de la Fondation Mozilla, Mitchell Baker, Firefox n'est encore qu'au début de son cycle de vie. Dans cette interview en tête-à-tête avec APCMag.com, elle parle des origines et du futur de Firefox.

Comment 12 personnes ont fait Firefox 1.0

J'ai eu cette chance rare de parler en tête à tête avec la présidente de la Fondation Mozilla, Mitchell Baker, après son discours d'ouverture du CeBIT à Sydney. J'ai été très surpris de découvrir que si peu de personnes étaient impliquées dans la création de Firefox 1.0.

Dan Warne (APC) : Firefox connaît, à ce qu'il semble, un succès phénoménal, mais on a du mal à s'imaginer à quel point le projet était petit au début et quelle ampleur il a pris depuis.

Mitchell Baker : Oui, le projet Mozilla a commencé en 1998 et était à l'origine hébergé au sein de Netscape, une organisation virtuelle. Nous songions déjà depuis un certain temps à devenir une organisation indépendante, et en 2003, nous avons décidé qu'il était temps d'obtenir un financement initial, de nous

donner les actifs et de nous baptiser Mozilla.

Mais à nos débuts, mêmes les machines de développement dont nous disposions étaient réduites à la portion congrue, puisqu'il n'existait pas encore de financement viable à l'époque.

La fondation a donc débuté avec dix ou onze employés et nous avons élargi nos rangs avec deux ou trois employés supplémentaires dans les 15 mois qui ont suivi. Quand nous avons sorti Firefox, donc, nous avions à tout casser 15 employés, c'était vraiment peu.

Dan Warne (APC) : C'est une équipe incroyablement réduite pour un produit si complexe.

Mitchell Baker : On était peut-être même 12. On n'était vraiment pas nombreux, à l'époque. C'a été le grand saut pour chacun de nous : nous espérions que quelque chose ressortirait de cette aventure.

Avant de lancer Firefox 1.0, nous étions assez convaincus de tenir quelque chose et que notre produit, tout comme le moment pour le sortir, étaient bons. Peut-être qu'à l'été 2004, déjà, voire en mai ou juin, nous savions d'après le niveau d'intérêt que suscitait notre technologie et le nombre de personnes l'utilisant que vous avions vu juste.

Mais nous étions à mille lieues d'imaginer ce qui s'est passé lors du lancement effectif de Firefox 1.0 et la façon dont il a décollé. C'était inattendu et imprévisible. A mon sens, c'est difficile de prédire un démarrage pareil. On aurait dit que d'un coup il sortait de nulle part, même si nous y travaillions depuis longtemps.

Une des questions qui nous a demandé le plus de réflexion lors de la conception de Firefox 1.0, ç'a été de trouver comment en faire un produit au maximum pensé pour l'utilisateur. Cela représentait un grand changement pour nous. Dès le départ, Firefox a été conçu pour votre grand-mère ou votre grand-père, une personne intelligente pas forcément à la pointe de la technologie. Comment s'y prendre pour que cette personne apprécie Internet ?

On a donc intégré cette notion au produit, mais alors qu'on entrait dans la dernière ligne droite, nous avons dû résoudre d'autres problèmes, comme par

exemple l'apparence lors du premier démarrage. Je crois qu'aujourd'hui, Firefox est bien connu pour sa zone de recherche et sa page de démarrage toute simple, etc., mais ces caractéristiques sont le fruit d'une longue, d'une très longue discussion entre nous.

Dan Warne (APC) : Vraiment ? Ca paraît une telle évidence.

Mitchell Baker : Oui, parce que ç'a été l'une nos toutes premières décisions pour rendre le programme davantage orienté utilisateur, pas dans la conception du produit, mais dans sa présentation.

Nous avons très longuement discuté pour décider si la page d'accueil devait être un portail, tenter de déterminer les réelles attentes des utilisateurs, et savoir si nous devions conserver la page de Mozilla "aidez-nous à écrire le code, voici notre système de référencement de bugs", comme c'était le cas avant, etc.

Finalement, nous sommes parvenus à la conclusion que l'ancienne page d'accueil n'était pas adaptée, et que s'il existe un point commun entre tous les utilisateurs, c'est bien qu'ils effectuent des recherches. Les gens se servent du web pour des tas de trucs différents, mais les recherches, au moins, on savait que tout le monde en fait.

C'est ce qui a décidé notre choix de proposer la fonction de recherche sur la page d'accueil, et il se trouvait que Google était intéressé par un partenariat pour une page d'accueil commune. Voilà comment on en est arrivé à notre page d'accueil. C'a été à mes yeux une bonne décision, parce qu'en effet beaucoup l'apprécient, et que si l'on regarde les pages d'accueil personnalisées des uns et des autres, on s'aperçoit qu'elles sont toutes très différentes et qu'à part la fonction recherche, c'est aujourd'hui encore difficile de leur trouver un point commun.

Nous avons aussi établi des accords avec les moteurs de recherche concernant les revenus générés par les recherches. Ainsi, alors que les parts de marché de Firefox décollaient - je crois qu'elles progressaient de 1% par mois durant les X premiers mois -, il s'est évidemment avéré que beaucoup plus de personnes que prévu l'utilisaient, et que la combinaison recherches, page d'accueil et outil de recherche a vraiment été un plus.

Grâce à cela, Firefox a attiré un nombre inattendu d'utilisateurs, lesquels effectuaient des recherches en plus grand nombre. Nos espoirs de trouver un

modèle viable commençait donc à se concrétiser, tout allait bien et cela nous rapportait plus d'argent que ce à quoi nous nous attendions au début.

Comment Firefox génère 55 millions de dollars par an

Vous êtes-vous déjà demandé comment Firefox est devenu un navigateur si complet sans disposer d'équipes de développeurs payées pour s'atteler aux tâches laborieuses ? La Fondation Mozilla, grâce à Firefox, génère chaque année des dizaines de millions de dollars, lesquels sont réinjectés dans le développement de projets. Qui est ce généreux donateur ? J'ai posé cette question à la présidente de Mozilla, Mitchell Baker.

Dan Warne (APC) : Je voulais vous interroger à propos de l'argent que vous gagnez grâce à l'outil de recherche de Firefox, car à peu près tout le monde sait que Google paye pour l'intégration de ses fonctionnalités de recherche au navigateur, mais personne ne connaît vraiment les sommes que verse Google.

Mitchell Baker : Je me dois d'apporter plusieurs précisions sur cette question : tout d'abord, Google ne sont pas les seuls. Concernant un des points sur lequel nous avons été pionniers, tout le monde pense aussitôt à Google parce qu'il s'agit du choix par défaut, l'outil de recherche et le moteur qui apparaît en page d'accueil, mais en fait, la véritable innovation ç'a été d'offrir un choix multiple à l'utilisateur.

Si l'on y regarde de plus près, on se rend compte qu'il y a Google, certes, mais aussi Yahoo juste à côté. Ce choix va peut-être de soi pour la plupart des gens, aujourd'hui, mais ça n'était pas le cas lorsque nous avons signé nos premiers accords. Google est l'outil de recherche par défaut, mais nous avons été intransigeants sur le fait que le choix devait être possible, que d'autres moteurs de recherche, qui d'après nous intéresseraient les utilisateurs, devaient être disponibles par défaut, et enfin que les utilisateurs devaient pouvoir ajouter ceux qu'ils voulaient.

Il est très facile d'ajouter un moteur de recherche. C'était un élément fondamental pour les libertés de choix des utilisateurs. Nous avons donc des accords avec des compagnies autres que Google. Nous sommes une organisation à but non lucratif, nos chiffres sont donc audités et rendus publics. L'exercice 2006 n'est pas encore terminé, aussi rien n'est-il encore public, mais les chiffres pour 2005 tournent autour de 55 millions de dollars.

Dan Warne (APC) : Mazette ! Ca fait est un sacré paquet d'argent. Avec 55 millions de dollars, vous avez de quoi accomplir quantité de choses !

Mitchell Baker : Oui, c'est une première pour un projet open source comme le nôtre, je pense. Bien sûr, ce revenu étant imposable la fondation n'en perçoit pas autant, mais c'était néanmoins inattendu et fort bienvenu. Grâce à ces gains, nous avons la possibilité d'accomplir énormément de choses, ce qui est important puisque le navigateur est un outil des plus fondamentaux pour Internet.

Nous avons essayé de le faire avec presque rien et nous y sommes plutôt bien parvenus avec Firefox 1.0. Les réussites se sont multipliées et il nous aurait été difficile de poursuivre sur cette voie avec si peu d'argent. Ce partenariat a donc été une aubaine, car les utilisateurs l'apprécient, et qui plus est la fonction de recherche est utile, contrairement à d'autres la vente de boutons pour l'interface du navigateur : ça aurait pu rapporter de l'argent, mais ça n'a aucune utilité pour l'utilisateur.

Un jour, nous trouverons peut-être une nouvelle innovation que les utilisateurs apprécieront, ce qui serait certes formidable, mais en attendant il existe déjà mille façons de générer des revenus grâce à un navigateur.

Selon les stratégies commerciales conventionnelles, il faut absolument diversifier ses revenus, ce qui dans l'idéal serait une bonne chose, mais pas au détriment du produit.

Dan Warne (APC) : Beaucoup d'applications en ligne sont en effet allées trop loin par le passé et ont fini par agacer leurs utilisateurs à cause d'accessoires envahissants.

Mitchell Baker : C'est vrai... alors en fin de compte, ou devrais-je dire dès le début, on s'est retrouvés avec des tas gens qui adoraient Firefox - et parfois je me dis que c'est bizarre de parler de tous ces gens qui se passionnent pour un logiciel, qui débordent d'enthousiasme qui sont prêts à s'investir à fond pour permettre à d'autres de l'adopter, le construire et le créer. Mais le fait est, ça existe pour de bon (rires).

Nous avons donc vu notre base d'utilisateurs croître, nous avons vu l'enthousiasme et - encore un mot galvaudé - la "passion" liés à Firefox se développer au-delà du cercle restreint de notre communauté de développeurs

pour toucher un nombre incroyable de gens - et ça, c'est un atout qui n'a pas de prix. Et puis il y a aussi ce sentiment de confiance que suscite Firefox - on se dit : "Oui, c'est un bon navigateur, meilleur que celui dont je me servais avant, mais en plus je lui fais confiance.

Mais c'est à mon sens l'aspect le plus fondamental de Firefox, à la fois grâce à l'immense qualité du produit et grâce à ceux qui savent que nous sommes une organisation œuvrant pour le bien commun, que nous n'essayons pas de maximiser nos profits et que nous ne tentons pas de générer des richesses énormes pour un nombre de personnes restreint. L'actif appartient au public.

Je pense que nombreux sont ceux qui ignorent la nature open source du projet et n'ont aucune idée de la façon dont il est développé, mais qui néanmoins ont le sentiment que le résultat final est à l'image de son mode de conception, que sa réalisation est fortement basée sur la communauté, très centrée sur l'utilisateur - d'une manière ou d'une autre, ça doit se ressentir.

Dan Warne (APC) : Il me semble que l'une des particularités les plus attrayantes de Firefox, c'est l'écosystème des modules complémentaires. Je trouve d'ailleurs assez amusant de voir Microsoft se donner un mal fou pour proposer une offre similaire, mais leur écosystème d'extensions regorge de "payez 30 dollars pour enregistrer ceci", "payez 50 dollars pour enregistrer cela" C'est une démarche très commerciale, et d'après moi, c'est bien la preuve qu'il est très difficile de reproduire une offre comme la vôtre à moins d'être open source soi-même.

Mitchell Baker : C'est exact. Tout d'abord, l'intérêt pour le bien commun en opposition à la richesse personnelle des actionnaires est quelque chose de très difficile à reproduire, car ce sont deux types d'organisations fondamentalement différentes, chacune régie par des contraintes légales qui les conduisent dans des directions opposées. Il est donc par définition impossible de calquer l'une sur l'autre.

Le cadre dans lequel nous opérons, en nous axant sur une action volontaire décentralisée, modérée par une discipline stricte et axée sur le contrôle qualité, est également très ardu à reproduire. Microsoft a certainement eu différentes sources partagées et quelques initiatives plus ou moins fondées sur la collaboration ou le partage, et tant mieux pour eux. C'est une avancée, certes, mais ça n'a aucune commune mesure avec une démarche qui repose sur la mise

en partage des ressources accompagnée par une structure décisionnelle, et non commandée par une structure à hiérarchie classique et mue par des impératifs de profit.

Comment alors égaler notre capacité à enrichir Firefox, améliorer la qualité de notre technologie et à permettre à qui veut de résoudre d'éventuels problèmes en retouchant une partie du code de Firefox ? C'est loin d'être à la portée de tous.

Firefox bientôt dans votre portable

La plupart des fans de technologie se demandent pourquoi les navigateurs des téléphones portables sont médiocres à ce point. La présidente de la Fondation Mozilla, Mitchell Baker, y a réfléchi aussi et s'est demandée comment l'on pourrait adapter Firefox aux plateformes mobiles.

Dan Warne (APC) : Je souhaitais aborder avec vous le sujet de l'adaptation de Firefox aux appareils mobiles, un domaine que Firefox n'a pas encore exploré, alors qu'Opera, et même Microsoft dans une certaine mesure, a réussi à s'y imposer. Allez-vous vous développer dans cette direction ?

Mitchell Baker : Oui, mais il s'agit d'un choix sur le long terme, ça ne se fera pas dans les prochaines semaines ni les prochains mois. La mission que s'est impartie la Fondation Mozilla, c'est d'améliorer l'expérience Internet, laquelle se fera de plus en plus sur des appareils autres que les PC. Si nous ne sommes pas présents dans ce secteur, nous ne serons pas à la hauteur de la philosophie que nous avons contribué à imposer.

C'est donc quelque chose qui devra se faire. Nous avons eu pour projet de nous pencher de plus près sur la question, mais nous avons choisi de nous intéresser d'abord à notre technologie et de la figurer afin qu'elle soit le mieux adaptée pour cela. Nous y travaillons, mais cela demande du temps.

Nous cherchons aussi un moyen satisfaisant permettant de refléter toute la richesse du web sur un petit appareil avec les contraintes actuelles, mais nous n'avons pas encore la solution. Il n'existe pas de réponse évidente, car le web et ses fonctionnalités s'accroissent sans cesse. Nous y travaillons assidûment.

Nous procédons en ce moment à une expérience qui est clairement une expérience qui gravite autour du PC mais adaptée aux portables (ce n'est pas

donc une stratégie purement mobile), mais nous menons des expériences axées sur les liens qu'entretiennent les utilisateurs de Firefox et leurs appareils mobiles. Nous savons que les gens apprécient Firefox pour ses modules complémentaires, la possibilité de le personnaliser et celle d'obtenir des informations précises grâce à Firefox et aux extensions.

Dans cette expérience en cours, que nous avons baptisée Joey, nous cherchons un moyen d'apporter aux utilisateurs les informations auxquelles ils aiment avoir accès sur leur appareil mobile. Certes il est déjà possible d'aller sur le web et d'envoyer des tas de trucs par SMS, mais quelles nouvelles fonctionnalités peut-on inventer ? Firefox offre déjà la possibilité de le personnaliser et de rassembler certains types d'informations, alors comment faire pour que Firefox permette à celui qui l'utilise de connaître une expérience plus riche avec son portable ?

Dan Warne (APC) : Envisagez-vous alors une sorte de service côté serveur qui aiderait à pré-formater le contenu pour les portables, etc. ?

Mitchell Baker : Il y a plusieurs pièces imbriquées - il y aura une partie logiciel côté serveur, une autre côté client. C'est un projet que nous allons lancer en laboratoire incessamment. Je pense que nous avons beaucoup à découvrir dans ce domaine, ce sera donc expérimental dans un premier temps, pas forcément au sein d'un projet de produit, mais une façon de commencer à récolter des infos puisque actuellement dans beaucoup de pays les utilisateurs d'appareils mobiles sont en contact avec un opérateur téléphonique et pas directement avec un vendeur de logiciel.

Donc, même si nous tenions un super produit pour faire ce que à quoi nous sommes les plus doués, c'est-à-dire toucher les Hommes, il n'existe aujourd'hui aucun moyen de l'implanter sur la plupart des appareils. Encore un point auquel nous nous attelons, et si rien ne change, peut-être que la possibilité d'obtenir différentes sortes d'informations prendrait son sens, mais rien n'est fait.

Opera est peut-être plus adapté que nous en tant que fournisseur des opérateurs car de par notre ADN nous nous concentrons sur les consommateurs et les individus. Ainsi, nous menons cette expérience tout en peaufinant notre technologie, et nous voyons ce que ça donne.

Dan Warne (APC) : Firefox a la réputation, je ne sais pas si c'est positif ou négatif, d'avoir un moteur de rendu complexe, et je pense que cela a beaucoup

joué quand Apple a choisi le cœur du moteur de rendu KHTML utilisé dans le navigateur Konqueror de Linux. Ils ont déclaré à l'époque que s'ils avaient préféré KHTML à Gecko (le cœur du moteur de rendu de Firefox), c'était qu'il est très léger. Est-ce vrai que Firefox est intérieurement très lourd et pourrait se révéler difficile à faire entrer dans un appareil mobile ?

Mitchell Baker : Eh bien, tous sont difficiles à faire entrer dans un appareil mobile, alors mettons les choses au clair. Opera a fait du très bon boulot pour intégrer quelque chose d'utile dans un appareil mobile, mais leur outil est incomplet et ne possède pas les possibilités de Firefox. Adapter un outil complet à un appareil portable n'est pas une mince affaire, aussi ne peut-on comparer les deux.

Il faut cependant reconnaître, à mon sens, que WebKit d'Apple est pour l'instant plus facile à aborder que notre équivalent technologique.

Mais c'est en partie parce que notre équivalent technologique, Gecko, est accompagné de tout un ensemble d'autres outils qui permettent la création de nos communautés. Donc, pour les extensions, le langage de XUL et toute un tas d'autres choses, c'est notre technologie qui à la primauté.

Plus de fonctionnalités offrent plus de possibilités, mais un logiciel plus réduit a l'avantage d'être plus facile d'accès. Voilà pourquoi quand on envisage d'approcher un nouveau marché, nous savons que nous avons certains avantages, à mon sens inégalables. Elaborer une communauté comme la nôtre, c'est probablement impossible à faire (pour un concurrent propriétaire).

Malgré cela, nous devrions redoubler d'efforts et travailler plus intelligemment pour rendre notre code le plus facile d'accès possible, pour qu'il soit aisé de le développer et de mettre à profit (en tant que développeur) tous les avantages qu'offrent Firefox et la technologie Mozilla.

Des entreprises qui envisagent à nouveau d'adopter Firefox plutôt que de passer à IE7 ?

Avec les changements radicaux apportés par Microsoft, à la fois à l'interface utilisateur et au moteur de rendu d'IE7, un plus grand nombre d'entreprises envisagent à nouveau d'adopter Firefox, d'après Mitchell Baker, présidente de la Fondation Mozilla.

Dan Warne (APC) : Il se passe quelque chose avec l'adoption de IE7. Ce que nous voyons sur le site APC - dont on peut penser qu'il réunit presque exclusivement des adeptes de la première heure, férus de technologie et lecteurs enthousiastes - c'est que beaucoup utilisent encore IE6 au lieu d'IE7. Pensez-vous que Microsoft soit allé trop loin dans les changements avec IE7, ce qui a peut-être incité les utilisateurs à rester sous IE6 ? Et cette stratégie quelque peu malheureuse a-t-elle infléchi votre façon de voir les choses quant à la manière d'effectuer des changements dans Firefox ? Pensez-vous par exemple qu'il est nécessaire que chaque évolution se fasse plus en douceur ?

Mitchell Baker : D'abord, précisons un point ou deux : je ne suis certainement pas experte en ce qui concerne Microsoft. Je regarde IE de temps en temps, mais ce n'est pas un navigateur que j'aurais... très envie d'utiliser.

Dan Warne (APC) : (rires)

Mitchell Baker : Firefox a justement été conçu pour rendre très facile la migration à partir de IE, donc nous savons que nombreux sont ceux qui ne se rendent presque pas compte de la différence.

Des utilisateurs appartenant à de grandes entreprises m'ont confié qu'en voyant IE7, ils envisageaient de nouveau de basculer vers Firefox ou vers le support de Firefox, parce que le passage de IE6 à Firefox pourrait, dans leur cas, être plus facile que le passage de IE6 à IE7.

C'est donc un sujet de discussion intéressant. Je n'ai pas lancé d'études sophistiquées, mais quand on commence à entendre ce genre de propos, qu'on n'entendait pas tellement avant (on entendait seulement "oh non, je préfère ne rien changer.")

Mais les écueils commis par Microsoft ne nous éclairent en aucune façon sur notre plan produit. Nous sommes leaders depuis plusieurs années dans le domaine des navigateurs et de l'aide apportée aux utilisateurs pour comprendre Internet.

Pour répondre à la question de fond, nous portons un grand intérêt à un certain groupe d'utilisateurs, adeptes de la première heure et utilisateurs avancés, pour qui obtenir toujours plus de nouveautés est une exigence et une motivation, et qui se lassent très facilement. Nous avons là une importante fraction de la

communauté Firefox, très vive et très active, pour qui l'innovation, les avancées et les nouvelles possibilités sont des exigences primordiales.

Dan Warne (APC) : Un des sujets qui nous tient à cœur, nous, les adeptes de la première heure, c'est le taux de pénétration de Firefox. Combien de personnes l'utilisent, aujourd'hui ?

Mitchell Baker : Au mieux, nous estimons notre socle d'utilisateurs est si situé entre 75 et 100 millions d'utilisateurs... c'est beaucoup ! Ces chiffres ne sont pas exacts car il y a des corrélations entre différentes données, mais si l'on prend 15 % du web mondial, qu'on regarde le nombre de personnes qui téléchargent des mises à jour de sécurité, et que l'on tente de corréliser cela, c'est en gros ce qu'on obtient. Chaque méthode d'estimation nous donne à peu près les mêmes résultats.

Dan Warne (APC) : Alors, est-ce compliqué de faire plaisir à tout le monde ?

Mitchell Baker : La plupart de ces gens ne sont pas des utilisateurs avancés et n'apprécient pas d'avoir affaire à des changements permanents au sein d'un outil complexe. Nombreux sont ceux qui ne savent pas distinguer Firefox et l'interface de Firefox du contenu dynamique provenant d'une page web.

L'aspect complexe et effrayant que peut représenter le Web pour certains nous pousse à nous concentrer sur la façon de conduire notre projet de manière à continuer à leur donner accès aux richesses du web, qui est en mutation constante, à introduire les nouvelles idées exigées et générées par la communauté zélée de nos adeptes de la première heure, tout en continuant à offrir un produit que le consommateur ordinaire puisse utiliser.

Voilà le fil directeur de nos efforts, et c'est tout à fait différent des décisions que Microsoft peut prendre ou ne pas prendre.

Bien sûr, nous utilisons le système de modules complémentaires pour satisfaire beaucoup de ces besoins, et je pense donc que de plus en plus d'idées nouvelles apparaîtront sous forme d'extensions, que nous pourrions peut-être même développer ou promouvoir pour tester des projets expérimentaux tels que The Coop, afin de déterminer, avec l'aide des adeptes de la première heure ou des gens qui ont un intérêt pour un outil particulier, ce qui fonctionne à merveille, ce qui marche bien, et comment ne garder que le meilleur pour l'incorporer au

noyau de Firefox, de façon que le consommateur ordinaire, de son côté, puisse y accéder sans être terrifié.

Pourquoi n'existe-t-il pas encore de bloqueur de pub intégré par défaut dans Firefox ?

Les utilisateurs les adorent, alors pourquoi Firefox n'a-t-il pas encore intégré des fonctionnalités de blocage de pub ? La présidente de la fondation Mozilla, Mitchell Baker, est circonspecte sur la raison de cette absence...

Dan Warne (APC) : A propos de modules complémentaires, je suis sûr que nombreux sont ceux qui souhaiteraient savoir pourquoi vous n'avez pas intégré un bloqueur de pub dans Firefox ?

Mitchell Baker : Je l'ignore. Il faudrait que je me renseigne, en fait !

Dan Warne (APC) : Ah oui ? J'avais pensé, en élaborant ma liste de questions, que c'était parce que le web survit plus ou moins grâce aux revenus générés par la pub et que vous ne vouliez pas vous mettre certains acteurs du web à dos. Mais je n'ai pas vraiment d'idée, ce qui explique pourquoi j'étais curieux.

Mitchell Baker : A vrai dire, je n'en sais trop rien. Peut-être parce qu'ils sont trop complexes techniquement, mais là encore, il faudrait que je pose la question.

Dan Warne (APC) : Pas de souci. Ca m'intriguait, parce qu'il existe des extensions appréciées qui remplissent cette fonction.

Mitchell Baker : C'est exact. Je suppose que certaines de ces extensions sont assez complexes d'utilisation. J'ai vu qu'elles demandaient quel élément on veut bloquer etc. Combien d'utilisateurs ordinaires seraient capables de s'en servir, je me le demande.

Dan Warne (APC) : Je pense que la plupart des gens se contentent de télécharger la liste automatique qui possède les réglages nécessaires et qui a été pré-définie par quelqu'un d'autre.

Mitchell Baker : Ce serait peut-être une solution pour en faire une meilleure extension, en effet. Il n'empêche que je ne puis vous répondre sans étudier plus avant la question.

Firefox 3.0 - "lock-in branding", ça veut dire quoi, au juste ?

L'arrivée de la version de Firefox 3.0, dont le nom de code est Gran Paradiso, parle d'une chose curieuse dans les notes de sortie de la version alpha : "ability to lock-in branding". (NdT : possibilité de verrouiller une marque) Est-ce que Firefox va devenir un panneau d'affichage sur votre PC, un peu comme IE4 ?

Dan Warne (APC) : Autre question à propos des extensions. Nous avons jeté un coup d'oeil aux notes de sortie de la version alpha, et l'un des détails que nous avons remarqué, c'est le support du rajout de marques dans Firefox, j'ai supposé que c'était, par exemple, pour que Dell puisse pré-installer Firefox sur leur PC et avoir un petit logo Dell dans Firefox ou quelque chose comme ça ? Je ne sais pas ce que ça veut dire exactement, mais j'espère que ça ne sera pas comme à l'époque d'IE4 quand Microsoft a permis de poser une marque sur c-h-a-q-u-e élément d'IE4 et vous vous retrouviez avec un navigateur dégoûtant avec des écritures géantes et des logos partout.

Mitchell Baker : (Rires) Non, non, rassurez-vous, c'est pour nous quelque chose d'inconcevable !

A propos de marque, les noms de code, comme vous le savez peut-être, sont des noms de parcs. Firefox 3.0 porte le nom de code Gran Paradiso, et il existe un parc Gran Paradiso. Récemment, quand nous cherchions les noms de codes, nous nous sommes rendus sur le site du parc Gran Paradiso, là, en bas de la page se trouvait un bouton "Téléchargez Firefox", je me suis écriée "Bingo ! C'est le nom de code qu'il nous faut !"

Dan Warne (APC) : Oh, c'est une coïncidence marrante, non ? Examinons les notes de Gran Paradiso alpha sur le web et voyons ce qu'elles disent. (Se tourne vers le chargé des relations publiques d'Edelman) Je peux utiliser votre portable deux secondes ?

Chargé des relations publiques : Bien sûr. (A Mitchell Baker) Je suis désolé mais... il n'y a pas Firefox sur ce portable.

Mitchell Baker : C'est donc à ce moment là que je sors en claquant la porte (rires).

Chargé des relations publiques : Je voulais l'installer moi-même, mais je n'ai pas l'accès requis.

Mitchell Baker : A cette machine ?

Chargé des relations publiques : Oui, malheureusement.

Mitchell Baker : Quel genre de machine est-ce ? Où est votre supérieur ? Il est venu plus tôt aujourd'hui... là, je vais me plaindre (rires).

Dan Warne (APC) : Ok, donc il y a marqué à propos de Gran Paradiso : "ability to lock in branding."

Mitchell Baker : D'accord... Ce qui est important, à mon avis, c'est de déterminer ce que signifie "branding" dans ce cas précis. On se sert parfois du terme "branding" pour désigner un ensemble d'éléments.

Par exemple, une compagnie de téléphone, T-Online, a distribué une version de Firefox en Allemagne dans laquelle la page d'accueil est celle de T-Online, il porte les deux marques. Le but, c'était qu'il soit simple pour T-Online de distribuer le navigateur avec leur page d'accueil.

Mais finalement, quand il faut faire une mise à jour, c'est extrêmement complexe, et s'assurer que lors d'une mise à jour la page d'accueil soit toujours celle de T-Online et pas celle par défaut pour notre version allemande, qui est celle de Google je crois, c'est très compliqué.

Je pense que "branding" englobe tout ce qui touche à ce genre de contraintes.

Dan Warne (APC) : Un peu comme le "branding" pour les téléphones portables, qui met tout sur le téléphone aux couleurs de l'opérateur ?

Mitchell Baker : Voilà, c'est ça. Ce n'est donc pas ce que vous craigniez.

Firefox va s'attaquer à Flash et Silverlight

Firefox 3.0 apporte un nouveau moteur de rendu graphique, nom de code : "Cairo" - un indice terriblement appétissant qui montrerait que Firefox pourrait s'aventurer sur le territoire d'Adobe Flash, avidement convoité par Microsoft ? Figurez-vous que la réponse est oui... La présidente de Mozilla, Mitchell Baker, m'affirme que les graphismes et le rendu vidéo font absolument partie de ses

projets futurs pour Firefox.

Dan Warne (APC) : Autre chose que j'ai vu dans les notes de Gran Paradiso : quelques mentions au sujet du moteur de rendu Cairo. D'après ce que j'ai pu en lire, c'est un moteur de rendu de bonne qualité qui accélère les graphismes vectoriels évolutifs.

Mitchell Baker : Oui, les graphismes en 2D pour le moment.

Dan Warne (APC) : L'échéance est peut-être encore loin, mais je me demandais si vous alliez entrer en compétition avec Flash et Silverlight ?

Mitchell Baker : Les graphismes, c'est un domaine du web qui pourrait être amélioré, c'est évident, aussi nous concentrons-nous tous sur ce point. Nous nous concentrons dessus avec une technologie complètement ouverte, alors que Silverlight est complètement propriétaire, bien sûr, tout comme Flash, bien qu'Adobe prenne doucement la voie du libre.

Nous avons donc - je pense à Brendan et sa feuille de route - proposé à Adobe de montrer plus de signes d'ouverture auxquels afin que nous puissions participer au projet. Nous aimerions beaucoup que sorte une version libre de Flash, mais c'est à Adobe de prendre cette décision, pas à nous.

Comme nous nous intéressons tous aux graphismes et qu'en fin de compte, si Flash devait rester aussi propriétaire que la technologie Microsoft, il nous faudrait poursuivre nos efforts pour développer des graphismes de manière interopérable.

Mais il est clair qu'en ce qui concerne les graphismes, c'est Flash qui règne en maître.

Dan Warne (APC) : On se demande pourquoi Microsoft prend la peine de développer Silverlight pour entrer si tard dans la compétition.

Mitchell Baker : Certes, mais c'est un domaine crucial. Nous, nous faisons la même chose, et c'est à cause de Flash. Le fait qu'il s'agisse d'une technologie propriétaire, ça nous pose problème. Pourquoi est-ce si important, me direz-vous ? D'accord, ça n'est pas vivant - c'est sur le web, mais ça ne provient pas du web, on ne peut pas y faire de recherches, il ne profite pas de toutes les fonctionnalités du navigateur, on ne peut pas en prendre le contrôle, ça vit dans

une petite boîte.

Ils s'efforcent sans doute de le faire sortir de sa boîte, mais pour vraiment l'intégrer au reste du web, certaines de ces capacités devraient être dans le client web, c'est-à-dire le navigateur. Nous nourrissons donc toujours des espoirs de ce côté-là, mais nous continuons malgré tout à développer nous-mêmes nos capacités graphiques.

Dan Warne (APC) : C'est super. Est-ce que cette technologie intégrerait des capacités pour la vidéo également ?

Mitchell Baker : Nous nous y intéressons, donc nous avons quelques pistes. L'une d'elles, c'est que le web basé sur le texte autour duquel les navigateurs se sont développés est en mutation, et le rôle de la vidéo ne va cesser de gagner en importance.

Dan Warne (APC) : On a vraiment assisté à une explosion durant les six à douze derniers mois, pas vrai ?

Mitchell Baker : Oui, une fois que les possibilités sont là, ça roule tout seul. Pour certaines d'entre elles, la question qui se pose, c'est que faut-il au navigateur pour être à la hauteur, tant au niveau des applications visibles par l'utilisateur qu'à celui la technologie interne.

Nous étudions donc ces deux aspects pour tenter de dégager une solution. On se rend compte que l'audio ne pose pas de problème particulier, mais que pour la vidéo, c'est beaucoup plus complexe.

Dan Warne (APC) : Ca ne m'étonne pas. Une combinaison sans fin de CODEC...

Mitchell Baker : Il faut se débrouiller. Parmi ces outils, certains sont brevetés, alors on n'a d'autre choix que de s'en accommoder. Nous nous penchons sur le problème, mais nous n'avons pas encore franchi tous les obstacles.

Dan Warne (APC) : Vous arrive-t-il souvent d'avoir une idée, de vouloir la concrétiser, mais de découvrir qu'un brevet a déjà été déposé pour une création similaire ?

Mitchell Baker : Et bien, c'est toujours le risque. Pour l'instant, nous n'avons pas trop été confrontés à ce genre de situation.

Microsoft et les développeurs de Firefox

Y a-t-il une nouvelle idylle entre Microsoft et les développeurs de Firefox ? Chez le Microsoft nouveau, soucieux des autres et partageur, on en a fait des caisses quand on a invité des développeurs de Firefox dans les laboratoires de compatibilité avec Vista, lors du développement du méga-OS. Nous avons demandé à la présidente de Mozilla, Mitchell Baker, comment ça s'était passé.

Dan Warne (APC) : Autre évènement intéressant qui s'est produit il y a quelque temps : l'invitation très publique qu'a faite Microsoft aux développeurs de Firefox pour visiter les laboratoires de compatibilité Vista. Je me souviens avoir demandé à Microsoft à l'époque s'ils pouvaient me donner plus de précisions à ce propos, et voilà en gros ce qu'on m'a répondu : "Nous avons envoyé une invitation à nos concurrents. Qu'ils l'accepter ou pas, à eux de voir, mais s'ils la déclinent, ce n'est pas notre problème." Avez-vous des commentaires à faire sur comment ça s'est passé ?

Mitchell Baker : Il faut reconnaître que Microsoft a fait un effort et que c'était bienvenu. Il y a beaucoup de domaines dans lesquels nous aimerions travailler avec eux, notamment la compatibilité avec Vista. Certes, il est probable qu'ils posent des conditions d'ordre légal, mais quoi qu'il en soit, ils ont reconduit cette proposition. Nous avons accepté et ils ont reçu l'équipe de Mozilla, ce qui je pense nous a été utile. Voilà qui mérite d'être souligné.

Microsoft a opéré son retour dans le monde des navigateurs, à présent, et doit à nouveau prêter attention au web. Nous les rencontrerons sûrement pour discuter de la définition des standards, et c'est certainement là que nous verrons si Microsoft cherchera encore à imposer sa propre technologie propriétaire aux dépens de technologies ouvertes et opérationnelles. Ça arrive souvent dans les réunions de définition des standards. C'est là qu'ils montreront leur vrai visage et nous serons sans doute vite fixés.

Dan Warne (APC) : C'est intéressant. Y a-t-il eu des problèmes entre Firefox et Vista ? Parce que j'ai installé Firefox sur toutes les bêtas de Vista, et je n'ai jamais rencontré de problème.

Mitchell Baker : Super ! Nous avons pas mal travaillé, j'essaie de me souvenir sur quoi... Je crois qu'il y a des différences lors de l'installation.

Dan Warne (APC) : C'est fort possible, vu tous les changements de permissions etc. qu'on trouve dans Vista.

Mitchell Baker : Oui. En fait, le produit de base fonctionnait à merveille , mais on a dû procéder à quelques ajustements et modifier le processus d'installation. Je crois qu'ensuite nous avons encore dû changer deux ou trois trucs. Ce n'était donc pas pour à l'occasion de la sortie de Firefox 2.0, mais pour assurer la compatibilité avec Vista. Néanmoins, je le répète, nous n'avons pas touché aux fonctionnalités de base, seulement à quelques pièces annexes.

La stratégie pour mettre Firefox sur plus d'ordinateurs

Mozilla ne possédant pas autant de tentacules que la pieuvre géante Microsoft pour assurer la distribution de logiciels, c'est par le bouche à oreille que Firefox a gagné ses parts de marché. Mais que faire maintenant pour faire entrer Firefox dans davantage encore de foyers ? Nous avons posé la question à la présidente de Mozilla, Mitchel Baker.

Dan Warne (APC) : La dernière fois que nous nous sommes parlés, je vous avais demandé quelle était la stratégie de distribution de Firefox. C'était je crois était à peu près au moment de la sortie de Firefox 1.0, et voilà ce que vous m'aviez répondu : "Nous ne faisons pas de commerce, nous préférons travailler avec les utilisateurs plutôt que les grosses entreprises, et espérons que les utilisateurs le choisiront d'eux-mêmes", ce qu'à l'évidence ils ont fait en masse.

Toutefois, pourriez-vous m'en dire plus à propos de votre stratégie de distribution ? J'aimerais aussi savoir si vous cherchez à conclure des accords avec les fabricants de PC pour qu'ils pré-installent Firefox, par exemple ?

Surtout maintenant que Dell va pré-installer Ubuntu sur certains de ses ordinateurs... Cela signifie sans doute que Firefox sera sur chaque PC Dell équipé de Linux.

Mitchell Baker : C'est fort probable !

Dan Warne (APC) : Donc, penchons-nous sur l'un de vos principaux distributeurs : Google. Qu'ont-ils à y gagner ? comment distribuent-ils Firefox, et payent-ils pour de bon une commission de 1 dollar aux blogueurs chaque fois que quelqu'un télécharge Firefox à partir d'un lien placé sur leur blog ?

Mitchell Baker : Si vous voulez connaître la ligne officielle de Google, vous devriez vous adresser à eux directement. En tout cas, la réponse consiste sans doute en une variation sur le thème "Firefox, c'est bon pour l'humanité."

Dan Warne (APC) : J'imagine qu'une entreprise ayant autant de moyens et d'autonomie que Google peut se le permettre sans se soucier que les actionnaires leur reproche de jeter l'argent par les fenêtres.

Mitchell Baker : Oui, mais je ne suis pas sûre que ça revienne à jeter l'argent par les fenêtres, justement.

Dan Warne (APC) : Désolé, ça n'était pas un reproche. Ce que je voulais dire, c'est que souvent les actionnaires sont très critiques sur la manière dont est utilisé l'argent s'ils ne voient pas un retour à court terme pour une société.

Mitchell Baker : D'accord, mais il est aussi assez évident que la cible numéro un de Microsoft, c'est Google - ce dont ils ne se cachent pas. Difficile de dire qu'ils jettent l'argent par les fenêtres quand on pense aux batailles que Google mène. Là, il faut tenir compte de Microsoft dans l'équation.

Dan Warne (APC) : Et à propos des autres moyens de distributions... les pré-installations sur PC par exemple ?

Mitchell Baker : Nous avons essayé d'autres solutions pour la distribution et continuons à les explorer. Firefox a été inclus dans les lignes de productions de quelques PC, dont l'une se trouve en Europe, je crois, mais c'est encore récent et nous ne savons pas encore ce que cela va donner.

Être intégré à la distribution de PC serait intéressant, mais de manière générale nous réussissons très bien à assurer nous-même notre distribution - le bouche à oreille, le marketing ou tout nos atouts qui peuvent attirer les gens vers nous, voilà de loin ce qui est le plus efficace. Cela étant, nous n'écartons aucune possibilité.

Le personnage de cartoon de Mozilla Japon, "Foxkeh", et d'autres développements de Firefox dans la région Asie/Pacifique

Certains développeurs majeurs de Mozilla travaillent dans un petit bureau de

développement en Nouvelle-Zélande. Ils sont responsables de la réalisation de fonctionnalités clés dans Firefox 3.0. De plus, Mozilla Japon a créé un renard encore plus mignon que Firefox... son personnage de style manga s'appelle Foxkeh.

Dan Warne (APC) : Maintenant que vous êtes implantés en Australie - dans la région Asie/Pacifique -, avez-vous lancé des initiatives au sein de l'APAN (Asia & Pacific Advanced Network), ou avez-vous des contacts intéressants avec des organisations de la région ?

Mitchell Baker : Depuis de nombreuses années, nous avons une communauté active au Japon, et ce groupe est centré sur la communauté, avec une très petite organisation, Mozilla Japon, qui est à but non lucratif. Dès que nous avons commencé à gagner de l'argent, nous avons commencé, il y a environ un an, à investir dans Mozilla Japon, ce qui nous a permis d'engager sept ou huit personnes, parmi elles quelques développeurs et quelques assistants, qui accomplissent un travail intéressant.

Par exemple, ils ont créé Foxkeh. C'est une petite mascotte imaginée par les gens de Mozilla Japon pour rendre Firefox accessible et promouvoir sa diffusion sur le marché.

Ils font, entre autres, de l'excellent travail sur les extensions et conçoivent la documentation en japonais.

Il y a quelques années, nous avons fait un premier pas très discret en Chine. C'était un petit projet qui marchait bien, hébergé par la Chinese Academy of Sciences, et ces derniers mois nous avons décidé que nous devrions nous engager davantage en Chine.

Nous avons embauché du monde pour nous aider. J'y étais il y a quelques mois, et il y a un groupe d'utilisateurs en Chine, peut-être un million, ce qui est minime pour une population comme la Chine. Mais c'est un noyau d'utilisateurs et de blogueurs intéressés et enthousiastes, et certains d'entre eux nous portent un grand intérêt.

Notre sentiment est donc le suivant : Lançons-nous, voyons qui est là et qui est déjà intéressé. Tâchons de savoir si avec plus d'investissement de notre part davantage d'internautes s'intéresseraient à nous. Voyons si la conception de

l'Internet à laquelle nous travaillons rencontre un écho ici. Si c'est le cas et qu'il existe une communauté, alors tâchons de les aider.

Cela devrait être un de nos importantes expériences pour l'année à venir.

Dan Warne (APC) : Existe-t-il d'autres contributeurs en Australie ou dans cette région du monde ?

Mitchell Baker : Quelques-uns, oui. Depuis de nombreuses années, nous avons un contributeur exceptionnel, Robert O'Callaghan, qui est originaire de Nouvelle-Zélande et qui vit aux Etats-Unis - ou plutôt qui vivait aux Etats-unis - depuis longtemps et qui cherchait à tout prix un moyen de rentrer au pays.

Il est donc rentré en Nouvelle-Zélande et travaille pour nous — nous avons même créé un petit bureau en Nouvelle-Zélande.

Dan Warne (APC) : C'est vrai ?

Mitchell Baker : Oui, car lorsqu'on a un contributeur vraiment génial, qui est également bon pédagogue, qui veut jouer un rôle de mentor et peut attirer autour de lui quelques autres personnes brillantes, c'est pour nous une chance inestimable.

En fait, la démo des applications hors-ligne qu'on vous a montrée ce matin, et qui montrait l'application Web Zimbra fonctionnant sans connexion Internet, elle a été réalisée par notre bureau de Nouvelle-Zélande.

Dan Warne (APC) : Impressionnant ! Est-ce que vous réalisez également des projets en Australie ?

Mitchell Baker : Pas en ce moment. L'une de nos plus anciens collaborateurs est maître de conférences en Australie, à l'université du Queensland, et il est impliqué dans le projet depuis 2000. C'est un mathématicien, ou au moins un spécialiste dans un domaine pour lequel les équations mathématiques sont importantes.

Il existe un langage appelé MathML, et à cette époque, il a décidé que Firefox devait l'intégrer. Depuis lors, il a contribué au projet, et c'est grâce à lui que nous pouvons être crédibles dans ce domaine.

Dan Warne (APC) : Exact... je me suis toujours demandé pourquoi Mozilla gérait totalement les équations mathématiques.

Mitchell Baker : Tout cela, c'est grâce à Roger Sidje de l'université du Queensland. Au début, il a en bavé un bout de temps.

Dan Warne (APC) : Ah oui ?

Mitchell Baker : Eh bien, n'oubliez pas qu'on était en 2000 ; à l'époque, introduire le rendu d'éléments aussi complexes et différents à l'intérieur du moteur central de rendu, c'était très difficile.

Dan Warne (APC) : Ca revient presque à comme réécrire un moteur de rendu HTML complètement différent, car les équations mathématiques se présentent parfois sous une forme très complexe.

Mitchell Baker : C'est exact, et il a été actif depuis lors. Dès que nous avons commencé à gagner de l'argent, nous avons organisé une réunion Firefox des collaborateurs clés et des non-salariés du monde entier, et Roger nous a donc rendu visite plusieurs fois car il joue un rôle prépondérant chez nous.

La bataille concernant les distributions Linux utilisant la marque Firefox

La guerre des mots sur l'usage de la marque Firefox - nom et graphisme du logo - a suscité la controverse, certains commentateurs allant même jusqu'à dire que Firefox n'était pas réellement "libre". Mais d'après la présidente de Mozilla, il existe une explication plus rationnelle et il y a eu un malentendu.

Dan Warne (APC) : J'étais en Chine il y a peu de temps, et j'y ai rencontré les gens de Red Flag Linux qui travaillent avec Intel sur un nouveau système d'exploitation, appelé MIDINUX, pour appareils mobiles pour Internet.

Ils m'ont expliqué que Red Flag Linux était en fait la distribution Linux la plus utilisée à l'échelle mondiale - davantage même qu'Ubuntu - de par l'immensité de la population chinoise. Pourtant, j'ai découvert qu'il est quasi impossible de la télécharger, à cause de l'extrême lenteur des serveurs de téléchargement Red Flag et de leur manque de fiabilité - de plus, elle est uniquement disponible pour le moment en chinois et en espagnol, ce qui à mon avis limite son intérêt pour le reste du monde.

Quoi qu'il en soit, les gens de Red Flag m'ont donné des CD d'installation et nous les avons distribués sur le disque vendu avec APC. Nous l'avons installé pour l'essayer - Firefox y est intégré, et son icône est remarquablement similaire à l'icône Internet Explorer. (Rires).

Mitchell Baker : Tiens, c'est curieux...

Dan Warne (APC) : Et le lecteur multimédia open source a aussi l'icône de Windows Media Player !

Mitchell Baker : Eh bien, il faut vraiment que nous y jetions un coup d'œil, c'est vraiment... intéressant.

Dan Warne (APC) : C'est étrange parce qu'ils ont fait en sorte que le système d'exploitation entier ressemble à Windows XP - c'est comme s'ils avaient pris toutes les icônes et les trucs de Microsoft, et les avaient appliqués à un logiciel open source.

Mitchell Baker : Le logiciel open source et Windows XP, c'est pourtant le jour et la nuit.

Dan Warne (APC) : Tout à fait ! Mais évidemment, ils avaient l'impression que les gens étaient plus à l'aise avec Windows XP, alors ils l'ont fait ressembler à l'OS de Microsoft. C'était très bizarre.

Mitchell Baker : En effet.

Dan Warne (APC) : Sur ce sujet particulier, il y a eu une controverse importante au sujet de l'utilisation de la marque Firefox dans les différentes distributions Linux. De quoi s'agit-il ?

Mitchell Baker : Certaines des distributions Linux distribuent le code Firefox, mais pas le produit Firefox - pas la marque Firefox, par exemple. Certaines des distributions Linux sont très à cheval sur la loi concernant les marques, et donc elles fournissent le navigateur sous une autre marque qui permet à leurs groupes de travailler dans un cadre au sein duquel ils se sentent à l'aise.

Dan Warne (APC) : En tant que présidente de Mozilla, pensez-vous que cela soit nécessaire ? Est-ce que Mozilla entamerait des actions légales contre un système d'exploitation Linux utilisant la marque Firefox ?

Mitchell Baker : Ce n'est pas le fait qu'il intègre Firefox qui nous pose problème, mais plutôt si un groupe de logiciel libre réalise des changements significatifs du code et le distribue en tant que Firefox. Ce serait problématique, et c'est parfois une divergence de point de vue qui nous oppose à certains distributeurs Linux. C'est un problème assez complexe, mais au bout du compte, ce qui nous importe, c'est que lorsque que quelqu'un distribue Firefox, nous voulons savoir exactement de quelle version il s'agit, et être sûrs que tous les patches de sécurité soient appliqués à cette version.

Voilà ce qui nous intéresse. S'ils tout le monde se contentait de distribuer un Firefox sans modification, nous laisserions faire, mais les distributions Linux distribuent bien évidemment le produit. C'est donc à ce moment-là que nous avons établi certaines règles : vous pouvez fournir les programmes que vous voulez, mais si ce n'est pas notre programme, alors appelez-le autrement.

Dan Warne (APC) : Ce qui est plus que juste.

Mitchell Baker : Eh bien, oui, mais ç'a été source de conflits.

Dan Warne (APC) : Je dois avouer que je n'avais jamais entendu une explication aussi claire sur le problème. Je pensais qu'il s'agissait d'une sorte de guerre de territoire typique de l'industrie technologique - de petits produits open source se transforment en gros succès et commencent à agir selon une logique plus commerciale.

Mitchell Baker : Oh non, pas du tout. Nous tenons à distribuer notre produit sous notre marque, c'est tout. Nous avons cependant une clause spéciale qui autorise des distributions à apporter des modifications à Firefox sans pour autant devoir changer son nom, car certaines modifications sont nécessaires pour pouvoir installer notre navigateur sur certaines distributions Linux.

Donc, nous acceptons même de pour distribuer "Firefox" quand le code n'est pas à 100% conforme au nôtre, mais à condition que nous ayons convenu d'un accord et que nous connaissions la nature des modifications.

Mais lorsqu'il y a des différences dans les fonctionnalités, on finit par rencontrer des problèmes lors des mises à jour, par exemple. Il y a longtemps, nous nous sommes rendu compte que certaines distributions fournissaient des versions différentes de Firefox, dont certaines fondamentalement différentes, aussi ne

pouvions-nous pas assurer le fonctionneraient correct des mises à jour. Voilà ce qui nous tenait à cœur, donc.

Le travail de Mozilla sur le Web 3.0 : les applications web qui fonctionnent aussi hors-ligne

Si vous êtes fanas de technologie, vous aurez déjà essayé bon nombre d'applications web... Gmail, Google Spreadsheets, Zimbra... Michael Arrington de TechCrunch en a fait un fond de commerce en les testant. Mais les visions de nirvana du Web 2.0 s'effondrent quand vous vous trouvez sans connexion à un réseau. Tout d'un coup vous vous retrouvez avec votre bon vieux Microsoft Office. La présidente de la Fondation Mozilla Mitchell Baker dit que faire fonctionner les applications web hors-ligne est une priorité pour Firefox et les versions actuelles intègrent déjà une partie de ces fonctionnalités !

Dan Warne (APC) : Votre discours d'ouverture au CeBIT, le 1er mai, traitait du fonctionnement d'applications web hors-ligne, sans connexion internet. C'est extrêmement intéressant parce que tout le monde attend l'arrivée d'un sauveur qui remplacerait Microsoft Office. Mais pour le moment, tous ceux qui ont utilisé une de ces nouvelles suites bureautiques en ligne sont conscient qu'on ne peut pas les utiliser à bord d'un avion, ou depuis tout autre lieu dépourvu de connexion Internet.

Mitchell Baker : C'est vrai. L'idée principale, c'est que nous investissons beaucoup dans le web lui-même en tant plateforme. Mais quelles sont les capacités du web, et sont-elles suffisamment solides pour offrir des alternatives viables aux technologies propriétaires comme Silverlight, par exemple ?

Et sont-elles aussi assez robustes pour rendre le web attractif en comparaison des applications de bureau, parce que c'est la plateforme qui nous intéresse.

Ainsi, les applications hors-ligne sont capables de fonctionner hors-ligne un certain temps - c'est un des atouts qui devrait aller de l'avant la plateforme web. Nous avons déjà accompli une bonne partie du travail, et donc , tout le code de base ou presque - les bases de données et le stockage sont nécessaires pour le support des applications web hors-ligne - est déjà présent dans les versions actuelles de Firefox.

Ces fonctionnalités sont présentes depuis Firefox 2, mais les gens l'ignorent et ne

s'en servent pas. Nous nous sommes dit que nous devrions faire une démonstration pour que les gens voient de quoi il s'agit. Nous sommes à présent assez au point et disposons d'assez de ressources pour pouvoir le faire. Notre équipe néo-zélandaise qui y travaille sont impressionnants.

Mal nous a donc paru le choix idéal pour procéder à cette démo, et il a donc travaillé avec Zimbra, sur quoi il avait bien sûr déjà travaillé en tant que développeur open source. Il nous a livré une très jolie démonstration des capacités de cette technologie.

Ensuite, on a travaillé sur notre site Mozilla Developer Center (developer.mozilla.org) pour expliquer de quoi il s'agit et fournir de l'aide. Ainsi vous pouvez trouver des infos sur les applications hors-ligne - ce dont nous sommes assez fiers. Nous proposons pas mal de documentation de qualité . Un échantillon de code devrait s'y trouver, mais je ne suis pas sûre qu'il y soit déjà.

L'idée, c'est que toutes les fonctionnalités pour les applications hors-ligne soient disponibles pour la sortie de Firefox 3, et que les sites Web offrent rapidement des applications tirant parti du fonctionnement déconnecté, de sorte que les utilisateurs réalisent l'immense intérêt de la chose.

Dan Warne (APC) : Très intéressant. Et donc la dernière question... combien de temps avant Firefox 3 ?

Mitchell Baker : (Rires) Notre objectif, c'est de le sortir pour la fin de l'année mais nous ne le saurons pas avant les bêtas. C'est quand nous aurons réalisé une certaine quantité de tests que nous pourrons donner une meilleure estimation de la date de sortie.

Nous avons besoin d'entre 50 et 100 000 utilisateurs, donc peut-être 70 000 personnes, pour vraiment avoir une idée d'où nous en sommes. C'est dans ces cas-là que nous trouvons que les tests open sources sont un avantage phénoménal. Quand nous en sommes aux bêtas et que nous atteignons ce nombre grâce au web, nous pouvons tester notre produit dans des conditions réelles sur une très vaste échelle. Même si vous automatisez des tests, vous ne pouvez pas automatiser à une telle échelle.

Donc quand vous atteignez ce nombre de personnes vous recevez beaucoup d'informations qui vous en disent bien plus que tout ce que vous pensiez

auparavant. Donc c'est quand nous pouvons commencer à évaluer le nombre de bêtas seront nécessaires (inaudible).

Dan Warne (APC) : Je serai l'un d'entre eux. Merci beaucoup pour avoir partagé vos pensées aussi généreusement.

Notes

[1] Merci à Daria, Don Rico, HL, Olivier, Penguin et Yostral pour cette traduction d'envergure réalisée en un temps record dans la joie et la bonne humeur.

[2] Crédit photo : Will Pate sous licence Creative Commons BY-NC. La ressemblance entre le logo Firefox et la coupe de cheveux de Mitchell Baker ne serait que purement fortuite !