

Windows 7 SE : et Microsoft inventa l'OS limité à trois applications simultanément !

Edit du 30 mai : Microsoft a finalement renoncé à implémenter cette restriction (sous la pression de la blogosphère ?) mais rien que le fait d'y avoir fortement pensé est significatif.



Il convient d'être prudent avant de pousser des cris orfraie, mais Windows 7 « Starter Edition », la déclinaison d'entrée de gamme du prochain système d'exploitation de Microsoft, aura a priori pour principale limitation de ne pouvoir faire tourner que... 3 applications en même temps !

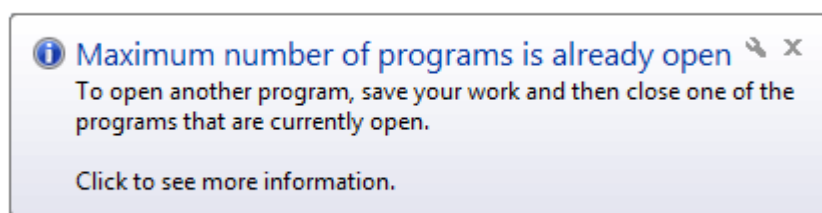
Une fois ouverts, par exemple, votre navigateur, votre client de messagerie et votre suite bureautique, impossible d'ouvrir un nouveau programme, sauf à décider de fermer l'un de ceux précédemment lancés.

Il semblerait que cette version OEM, du prochain OS Windows soit avant tout destinée au marché des netbooks, où il est vrai on utilise rarement plus de trois applications à la fois. On peut aussi faire remarquer que désormais, on peut quasiment presque tout faire à partir de notre navigateur, avec l'essor des applications en ligne. Enfin, d'après un test sur ZDNet, Microsoft semble considérer que l'antivirus, l'installation (de nouveaux programmes), et tout ce qui touche à l'environnement Windows (explorateur, panneau de configuration, fenêtres de contrôle, etc.) ne soient pas considérés comme des applications entrant dans le décompte.

Il n'empêche qu'on mesure bien tout ce qu'il y a de *non*

naturel à brider ainsi un système d'exploitation, pour le faire entrer au forceps dans les différentes cases *marketing* qui sont censées correspondre à autant de différents prix pour de différents clients^[1].

Heureusement que GNU/Linux existe, sinon il aurait fallu l'inventer pour ne pas nous habituer à cette approche de l'informatique...



Windows 7 Starter Edition : pas plus de 3 programmes à la fois

Windows 7 Starter Edition Only Runs 3 Applications At Once

Vivek Gite – 21 avril 2009

(Traduction Framalang : Balzane)

Une raison supplémentaire d'utiliser un système d'exploitation libre.

Microsoft Windows 7 Starter Edition ne peut exécuter que 3 applications à la fois. Pire que les limitations de MS-Dos. Est-ce que Windows est cinglé ? Si vous installez Ubuntu vous pouvez faire tourner autant de programmes que vous le désirez, pour Internet ou pour la bureautique.

Cette version est destinée aux pays pauvres et émergents d'Asie ou d'Afrique. D'après le communiqué de presse de Microsoft :

Nous sommes conscient des besoins propres aux pays émergents et nous allons proposer Windows 7 Home Basic uniquement sur

ces marchés, pour les clients disposant d'un PC standard qui cherchent à mettre un pied dans l'univers Windows.

Nous allons également continuer à proposer Windows Starter Edition qui ne sera disponible que pré-installé en version OEM. Windows Starter Edition sera disponible dans le monde entier. Cette version ne sera proposée qu'en OEM sur des machines neuves et aux caractéristiques matérielles spécifiques

Facilitez vous la vie : choisissez un système d'exploitation libre et pleinement fonctionnel comme Fedora ou Ubuntu. N'utilisez pas de logiciels bridés.

Notes

[1] Crédit photo : Orangeacid (Creative Commons By)

**Le YouTube Symphony
Orchestra : c'est pas de
l'Hadopi, c'est de la
musique !**

Arrêtons-nous le temps d'une journée de se montrer critique vis-à-vis du YouTube et sa maison-mère Google, pour évoquer, voire célébrer, l'initiative unique au monde que constitue le projet musical du YouTube Symphony Orchestra.



De quoi s'agit-il exactement ?

Il serait carrément abusif d'affirmer que le YouTube Symphony Orchestra est à la musique classique, ce que Linux est à l'informatique, mais il y a un peu de cela dans la mesure où nous avons affaire à un projet collaboratif d'envergure qui n'aurait pu être imaginé avant l'avènement d'Internet.

Petite présentation : « Nous avons contacté des musiciens professionnels, amateurs, de tous âges et tous lieux pour participer au YouTube Symphony Orchestra^[1]. Pour auditionner, ils ont envoyé une vidéo dans laquelle ils interprétaient une composition musicale créée spécialement par le célèbre compositeur Tan Dun. Les finalistes sont sélectionnés par un panel composé de représentants des orchestres les plus célèbres au monde et de la communauté YouTube. Les gagnants seront invités à New York en avril 2009 pour participer au sommet du YouTube Symphony Orchestra et jouer au Carnegie Hall sous la direction de Michael Tilson Thomas. »

Nous sommes aujourd'hui à la veille de ce point d'orgue puisque la fameuse représentation aura lieu ce mercredi 15 avril.

Pourquoi avoir choisi d'en parler sur le Framablog, en traduisant ci-dessous un article dédié du Time, alors que certains y voient déjà un projet gadget où l'âme de la musique

classique se dissout dans le marketing ?

Parce que comme le dit l'un des protagonistes « le sens de la musique, et peut-être même de la vie, est de créer et de tisser des liens entre les gens ». Nous voici d'un coup d'un seul assez loin du projet de loi Hadopi, non ?

Comment êtes-vous arrivés à Carnegie Hall ?

How Do You Get To Carnegie Hall?

*Vivien Schweitzer – 9 avril 2009 – Time
(Traduction Framalang : Balzane)*

Hannah Pauline Tarley, violoniste de 17 ans, arbore queue de cheval et sourire face à l'objectif. Elle joue l'ouverture d'un extrait de la Symphonie n°4 de Brahms, dodeline dans une chambre décorée d'autocollants et de posters des Beatles et du San Francisco Symphony Youth Orchestra.

Tarley s'est filmée elle-même dans sa chambre de Cupertino, Californie, à l'aide d'un ordinateur posé en équilibre sur une pile de volumes de l'Encyclopaedia Britannica. Elle est l'une des 3 000 musiciens amateurs et professionnels, originaires de pays allant des Bermudes à l'Azerbaïdjan, qui, en décembre et janvier, ont passé une audition vidéo pour intégrer le YouTube Symphony Orchestra. Cet ensemble singulier, le seul à avoir sélectionné ses membres exclusivement par Internet, fera sa première apparition le 15 avril au Carnegie Hall de New York lors d'un concert dirigé par Michael Tilson Thomas, directeur musical de l'Orchestre symphonique de San Francisco.

Le projet constitue une idée originale de Google. Il ambitionne à la fois d'encourager les communautés en ligne de la musique classique et d'asseoir la réputation de YouTube comme hébergeur de contenus de qualité. Après avoir imaginé le projet fin 2007, Google a contacté des musiciens et des

ensembles de premier plan, comme l'Orchestre symphonique de Londres et Tilson Thomas, un pionnier des nouveaux médias dans son travail avec l'Orchestre de San Francisco et du Nouveau Monde.

« La musique classique est souvent perçue comme un domaine conservateur et parfois même un peu élitiste, » déclare Ed Sanders, directeur marketing chez YouTube. Mais, à l'écouter, la réponse des professionnels du secteur fut résolument positive. Google prend en charge l'ensemble des frais, pour un montant que Sanders ne révélera pas, y compris les visas et les dépenses de voyage pour les musiciens, originaires de 30 pays.

Les vidéos soumises par les musiciens les montraient en train de jouer des incontournables du répertoire, mais aussi un nouveau morceau composé pour l'occasion : The Internet Symphony No. 1 – « Eroica », de Tan Dun, compositeur de la bande originale du film Tigre et dragon.

Les musiciens des orchestres symphoniques de Londres, Berlin et New-York, entre autres ensembles, ont évalué les clips et sélectionné les 200 finalistes. Les vidéos ont ensuite été diffusées dans une section dédiée de YouTube en février. Les utilisateurs de YouTube pouvaient alors voter pour leurs favoris un peu comme pour la Nouvelle Star. Selon les organisateurs, depuis le lancement de [YouTube.com/Symphony](https://www.youtube.com/Symphony) en décembre 2008, le site a enregistré selon les organisateurs plus de 14 millions de visites.

Composition d'un orchestre virtuel

Tilson Thomas, qui a validé la sélection finale pour le concert du 15 avril, affirme que le projet est « une façon d'élargir notre propre conception de la musique classique », un point qu'il souligne par un programme éclectique, composé d'œuvres de Bach, Mozart, Brahms, Villa-Lobos, John Cage, Tan Dun et du DJ Mason Bates. Tilson Thomas attend du projet qu'il

montre à quel point le classique est essentiel pour des personnes de différents âges, nationalités, expériences et professions. Il espère aussi que les artistes apprendront à utiliser Internet et YouTube pour mieux se mettre en valeur, à l'exemple des écrivains en herbe qui se font connaître par leurs blogs.

Eric Moe, un trompettiste de 35 ans de Spokane dans l'État de Washington, a passé avec succès la sélection. Selon lui, il est essentiel pour un musicien d'être à l'aise avec la technologie. Moe a filmé son audition dans une église ; il a effectué plusieurs essais avec différents PC portables et webcams avant d'obtenir une vidéo qui le satisfasse. Il compare le processus d'audition de YouTube avec une rencontre en ligne : vous ne savez pas si vous allez effectivement rencontrer la personne, ni comment elle est réellement.

Les gagnants ont déjà eu la chance de faire connaissance.. virtuellement ! En plus de son audition, chaque gagnant postait une vidéo de présentation. Vêtue d'un kimono, Maki Takafuji, habitante de Kyoto, joue un court solo de marimba et parle de son éducation musicale. Jim Moffat, joue du cor et travaille en Angleterre dans le marketing technologique ; il se présente sur fond de London Bridge. Nina Perlove, une flûtiste de Cincinnati dans l'Ohio, commence sa vidéo en jouant un « New York, New York » inspiré. David France, violoniste et professeur à l'école de musique des Bermudes, salue ses spectateurs depuis une plage sableuse.

Rachel Hsieh, violoncelliste de 24 ans en master au conservatoire de Peabody, a filmé son audition dans son appartement de Baltimore. Elle considère le YouTube Symphony comme un moyen de toucher une audience plus large que les seuls amateurs de musique : « Beaucoup de personnes visitent YouTube, et ils y vont pour s'amuser. C'est vraiment facile pour eux de cliquer et de voir quelque chose de nouveau ».

Des Beethovens invisibles derrière YouTube

Nos musiciens YouTube vont eux aussi voir leur horizon élargi. Ils vont jouer avec des solistes de premier plan, comme le violoniste Gil Shaham. Le violoncelliste Yo-Yo Ma et le pianiste Lang Lang feront une apparition vidéo. Les musiciens vont répéter leur programme lors d'une rencontre de la musique classique à Carnegie Hall du 12 au 15 avril. Ils ont déjà eu la chance d'étudier le répertoire lors de master-classes en ligne organisées par des professionnels. Maxine Kwok-Adams, violoniste de l'orchestre symphonique de Londres, a ainsi donné quelques précieux conseils pour le morceau de Tan Dun.

Toutes les vidéos soumises dans le cadre de ce travail, objet d'un rare engouement des participants, seront assemblées en un montage diffusé le 15 avril, en parallèle avec le concert. Et le public sera autorisé à filmer le concert à Carnegie Hall. Où retrouver ces clips ? Sur YouTube ! Dans une interview sur le site du YouTube Symphony, Tan s'enthousiasme sur les possibilités offertes par Internet. « Il y a tant de Beethovens invisibles derrière YouTube », affirme-t-il.

Moe pense que « les orchestres doivent être attractifs et gagner de nouvelles audiences ». Pour lui, l'aspect le plus fascinant de l'orchestre YouTube est sa vision de la communauté. « Le sens de la musique, et peut-être même de la vie, est de créer et de tisser des liens entre les gens », dit-il. Chacun se demande si cela va marcher musicalement, mais cela constitue sans aucun doute, comme le relève Moe, « une expérience vraiment amusante ». Et pour les artistes, il n'y a rien à perdre. « Je suis content que quelqu'un règle la facture ! », concède Moe.

Pour les autres participants, certains bénéfiques vont bien au-delà de la chance de pouvoir augmenter l'audience de la musique classique. Il y a sept ans, Hannah Tarley, l'adolescente californienne, avait demandé à avoir les oreilles percées. Sa mère lui avait répondu qu'elle lui

autoriserait un piercing le jour où elle jouerait au Carnegie Hall. Le chemin passait alors par d'innombrables répétitions, mais le monde est un peu différent aujourd'hui. Hannah a joué, puis envoyé sa vidéo... et la voici au Carnegie Hall.

Notes

[1] Crédit photo : Vincent Boiteau (Creative Commons By)

La vidéo gagnante du concours de la Linux Foundation

Parce qu'un peu de marketing ne fait jamais de mal, la Linux Foundation lançait en janvier dernier un concours vidéo dont le but était de promouvoir Linux. Les participants avaient carte blanche mais ne devaient pas dépasser la minute.

On notera que le titre du concours était initialement « I'm Linux » en référence directe aux publicités pour Mac et PC. Mais sous la gentille pression des internautes, il fut rebaptisé « We're Linux », on se demande bien pourquoi ☐

Toujours est-il que ce sont près d'une centaine de vidéos venues des quatre coins du monde qui ont été proposées. And the winner is... What Does It Mean to be Free? d'un graphic designer israélien de 25 ans, Amitay Tweeto.

Nous vous la proposons ci-dessous en version sous-titrée par nos inévitables joyeux drilles de Framalang (en l'occurrence Yostral).



-> La vidéo au format webm

Parmi les autres vidéos retenues, on notera The Origin (que l'on peut également sous-titrer si vous le jugez bon), ainsi qu'une caustique opposition Windows Linux The Future is Open. Sans oublier la fameuse Linux Pub de Sébastien Massé dont nous avons déjà parlé ici il y a près de 2 ans.

Conclusion : Get your freedom et passe à ton voisin !

Recherche évangéliste du Libre désespérément

Une traduction sans prétention qui pose la question des lacunes marketing, supposées ou avérées, du logiciel libre (ou plutôt de l'Open Source pour être plus précis car nous sommes aux US et il est avant tout question de business). Un marketing qui serait porté par des spécialistes que le monde informatique anglo-saxon a pris l'habitude d'appeler des « évangélistes ».



Dans le domaine qui nous préoccupe ici, les évangélistes dignes de ce nom (Stallman, Shuttleworth...) se feraient donc rares et ce serait du coup un handicap alors même que tout est en place pour que logiciel libre crève l'écran LCD^[1].

Il est vrai que lorsque l'on observe chez nous le travail de communication d'un Tristan Nitot (sur son blog, en conférence, dans les médias...), on se dit qu'effectivement il est plus qu'utile à Mozilla et, indépendamment de la qualité

intrinsèque des produits, cela a dû certainement avoir une influence sur le succès en France et en Europe du navigateur Firefox.

L'Open Source a-t-il besoin de meilleurs évangélistes ?

Does OpenSource Need Better Evangelists

Sam Dean – 20 février 2009 – OStatic

(Traduction Framalang : Aragog, Goofy et Olivier)

Les sociétés commerciales Open Source ont-elles besoin de meilleurs évangélistes ? Tout pousse à le croire. Par exemple, Savio Rodrigues note que dans le récent tour d'horizon des « entreprises les plus novatrices du monde » du magazine Fast Company, pas une seule entreprise Open Source n'est répertoriée. Sun Microsystems figurait sur la liste l'année dernière, mais cette année elle n'apparaît plus que parmi les exclues dans la rubrique « Les 33 sociétés, parmi les 50 bien classées par Fast Company l'an dernier, qui ne figurent plus sur la liste cette fois mais qu'il faut suivre ». Je ne pense pas qu'ici le problème soit lié à un manque d'innovation parmi les candidats Open Source dignes d'une liste comme celle de Fast Company ; c'est plutôt un problème d'évangélisation médiocre.

Le terme « évangéliste » a été largement utilisé pendant des années par d'éminents employés de Microsoft et Apple lorsque ces entreprises se développaient. Je me rappelle avoir pensé que ce mot est étroitement associé à des gens, dont certains sont des fanatiques, qui recherchent une large audience pour les messages religieux. Pourtant, c'est exactement la raison pour laquelle le surnom a été attribué aux gens tels que Guy Kawasaki pour Apple. Le titre était censé évoquer la ferveur, la foi envers la plate-forme, le besoin de transmettre le message à la foule. Et en parlant d'Apple, qui est l'alter ego Open Source de Steve Jobs ?

Dans un article datant de l'année dernière et intitulé « Les quatre choses dont Linux a besoin », Joe Brockmeier soutenait qu'une des quatre choses nécessaires était le « marketing unifié ». Il écrivait :

« Si vous prenez tous les budgets marketing de tous les fournisseurs de Linux, que vous doublez ce chiffre et que vous y ajoutez un zéro, peut-être commenceriez vous à vous approcher de la somme que Microsoft dépense en marketing pour Windows. Les agences de publicité de diverses industries l'ont bien compris – c'est une bonne idée de mettre en commun votre argent pour augmenter votre part de marché quand vous faites conjointement concurrence à une autre entreprise. »

C'est le genre d'effort de marketing unifié que les évangélistes futés pourraient facilement mener, pour Linux certes, mais aussi pour l'Open Source dans son ensemble. Si cela se fait si peu dans la communauté Open Source, c'est en partie parce qu'elle est trop « communautariste », ce qui la dessert. Je pense que la Fondation Linux est en train de faire quelques bonnes percées dans le processus d'unification, mais davantage d'efforts sont nécessaires pour un évangélisme de l'Open Source fort et unifié, et davantage d'argent aussi.

Dana Blankenhorn vient de faire un bon article qui montre que la communauté Open Source s'appuie plus sur des formules que sur les faits. Il montre du doigt les proclamations discutables formulées par Jonathan Schwartz de Sun sur JavaFX, présenté comme « la plate-forme de RIA (Rich Internet Application) dont la croissance est la plus rapide du marché. »

Pourquoi est-ce que Schwartz ne vante pas plutôt le succès fantastique qu'a rencontré récemment MySQL ? C'est aussi cela du bon évangélisme, la diffusion d'informations pertinentes avec force et conviction.

Voici une analyse récente du cloud computing, venant d'un

groupe de réflexion de chercheurs de l'université de Californie, à Berkeley. Elle contient 25 pages de petits caractères sur l'état et l'avenir du cloud computing, mais ne mentionne qu'une seule fois l'Open Source, en passant. Voilà où nous en sommes, alors que les progrès de l'Open Source jouent aujourd'hui un rôle vital sur la scène du cloud computing.

Je trouve absurde que Hulu, qui propose du contenu vidéo en ligne (qui l'eut cru ?), soit numéro trois sur la liste des novateurs de Fast Company, alors que pas une seule société Open Source n'y apparaît. Le problème n'est pas le manque d'innovation, mais plutôt un manque de bonne communication et un manque crucial d'évangélisme Open Source unifié.

Notes

[1] Crédit photo : Eduardoizquierdo (Creative Commons By)

Google attendra pour attirer nos enfants dans sa Toile

« On souhaite que les élèves soient initiés à Internet le plus tôt possible pour apprendre la maîtrise de ses risques et de ses dérives (...) Ce travail de sensibilisation est absolument indispensable. »



C'est, d'après l'AFP, ce qu'a déclaré le ministre Xavier Darcos, le 24 mars dernier, en visite au collège Françoise-Giroud de Vincennes lors du lancement officiel du jeu « ChercheNet », destiné aux collégiens français.

Et si les « risques » et les « dérives » se cachaient jusqu'à l'intérieur même de cette initiative censée « apprendre à les maîtriser » ?

C'est la question que pose ce billet d'un blog qui critique assez souvent la forte influence de Microsoft à l'Éducation Nationale pour ne pas s'émouvoir ce qui vient de se produire ici avec l'un de ses principaux concurrents, à savoir Google.

Une louable intention

Voici comment le jeu « ChercheNet » est présenté sur le site du ministère :

Afin d'aider les élèves à maîtriser Internet et les outils de communication numérique en toute sécurité, le ministère de l'Éducation nationale soutient le jeu « ChercheNet » initié par Google et mis en œuvre par Calysto, spécialiste de la pédagogie Internet en milieu scolaire. « ChercheNet » est un concours pédagogique proposé aux collégiens de sixième et de cinquième dont le terrain de jeu est l'internet. Tout en résolvant des énigmes autour du thème de l'écologie et du développement durable, les collégiens apprendront les bons usages des outils du web 2.0.

Retenons déjà, la nuance a son importance, que c'est le ministère qui « soutient ce jeu initié par Google » et non l'inverse.

Toujours est-il que l'intention est louable, surtout si l'on s'en réfère au communiqué de presse commun à Google et Calysto :

La recherche d'information et la communication avec les

réseaux sociaux sont les deux usages les plus répandus sur Internet. Le développement du « web 2.0 » a permis aux internautes, y compris les plus jeunes, de devenir eux-mêmes des créateurs de contenu. L'usage d'Internet est aujourd'hui généralisé à tous les publics, ce qui implique que nous soyons mieux formés à ses usages.

C'est dans ce but précis que le jeu pédagogique ChercheNet a été conçu : développer par le jeu une vigilance collective (professeurs, parents, élèves) sur tous les usages d'internet pour un développement durable d'Internet.

Le jeu fonctionne sur le principe d'un jeu-concours. Les élèves devront répondre à une série d'énigmes sur le développement durable (biodiversité, eau, énergie, déchets, etc.)

Les différentes étapes du jeu amènent les élèves à développer un comportement « web-citoyen » pour rédiger un blog collectif :

- Préparer un travail, une recherche sur Internet, en respectant les droits de propriété intellectuelle*
- Rechercher efficacement en vérifiant les sources d'information*
- Apprendre à protéger sa vie privée et celle des autres sur les réseaux sociaux ou les blogs*
- Apprendre à s'appliquer, à rédiger, « même sur Internet » et mettre de côté le « langage SMS »*

Difficile de ne pas agréer à la démarche. On notera que l'on entrechoque le développement durable en tant que tel avec un « développement durable d'Internet » qui reste à définir.

Sur le jeu proprement dit, je n'ai aucune information à vous apporter puisqu'il faut s'inscrire et que les premières énigmes arriveront courant avril. Il en va autrement pour le « Kit pédagogique » accompagnant ce jeu, mis initialement à disposition sur le site de l'opération par Calysto et... retiré

aussitôt après dans la foulée !

Un très éphémère « Kit pédagogique » !



Pas plus tard qu'il y a deux jours, lorsque vous vous rendiez sur le page « Pour vous aider » du site « Cherchenet », vous aviez la possibilité de télécharger un « Kit pédagogique » ainsi défini (voir la copie d'écran que nous avons conservé

en cliquant sur l'image ci-contre) : « Véritable mode d'emploi des outils du numérique, vos élèves en auront besoin pour résoudre les énigmes en respectant les règles et usages liés à l'Internet. »

Aujourd'hui sur la même page, il n'y a plus rien à télécharger directement. Le « Kit pédagogique » a fait place à un « Kit pratique d'outils numériques » et sa formulation est elle aussi sensiblement différente : « Véritable mode d'emploi d'outils du numérique (recherche, géolocalisation,...), vous pourrez l'utiliser afin que vos élèves apprennent quelques astuces pour mieux se servir d'outils du web et pour mieux respecter les règles et usages liés à l'Internet. Le kit pratique est disponible et vous sera envoyé par courriel par simple demande adressée à... »

Il n'est plus question de mise à disposition d'un Kit qui a perdu son qualificatif « pédagogique ». Les élèves n'en ont d'ailleurs plus « besoin », tout au plus son remplaçant pourra leur faire apprendre « quelques astuces »... Une posture plus modeste est soudainement adoptée.

Mais que contenait donc ce « Kit pédagogique » pour mériter une si courte apparition publique ?

« Kit pédagogique » ou « Google everywhere » ?

Nous avons juste eu le temps de conserver une copie du fameux document. Et nous vous invitons à en **parcourir sa dizaine de pages** pour... tout de suite comprendre où le bât blesse !



SOMMAIRE

Google offre un nombre incroyable d'options et de fonctionnalités qui permettent de trouver tout ce que tu souhaites, de manière encore plus efficace et rapide à résoudre facilement les problèmes.

Le moteur de recherche	Pages 2 à 7
Effectuer une recherche	Pages 2 à 3
Effectuer une recherche avancée	Pages 4 à 5
Effectuer une recherche d'image	Pages 6 à 7
Outils de Google	Pages 8 à 19
Outils de localisation géographique + Google Maps / Mapes cartes + Google Earth	Pages 9 à 11
Outils de retouche d'image + Picasa	Pages 12 à 13
Outils de bureautique + Google Traduction + Google Document + Google Agenda	Pages 14 à 17
Outils de communication + Blogger	Pages 17 à 19
Quelques conseils utiles à l'usage pratique	Pages 20 à 21

Le sommaire nous avait prévenu (image ci-contre cliquable), mais moteur de recherche (simple ou avancé), moteur d'images, Google Maps, Google Earth, Picasa, Google Traduction, Google Document, Google Agenda, Blogger... n'en jetez plus. C'est pas compliqué, il n'y en a que pour Google dont quasiment toute la panoplie est passée en revue !

À la trappe les réseaux sociaux web 2.0 de type Facebook, les blogs a la sauce Skyblog, les outils de travail en ligne comme tels ceux de Windows Live, sans oublier ce drôle de site souvent utile en situation de recherche qu'est Wikipédia. Et pour l'anecdote, toutes les copies d'écran ont été réalisées sous Mac OS X.

Il y a bien sûr de pertinents et bienvenus conseils qui parsèment le Kit (avec mention, page 7, des licences Creative Commons et Art Libre) mais impossible de se décoller de l'impression générale tenace d'avoir à faire à une sorte de publi-information de Google.

Et mis à part le moteur de recherche, que faut-il faire pour bénéficier de tous ces merveilleux services ? Je vous le donne en mille, il faut posséder un compte Google, ce qui est bien spécifié en page 8 du kit :

Google ce n'est pas seulement un moteur de recherche, tu peux accéder aussi à pleins de services gratuits : tu peux localiser un lieu sur une carte, retoucher des photos,

envoyer des mails, gérer ton emploi du temps... Si tu veux utiliser ces outils, c'est gratuit, simple et rapide ! Un seul compte te permettra d'accéder à tous les outils Google. Tu dois remplir le formulaire en suivant les instructions et cliquer sur le bouton « j'accepte créer un compte ».

Un mail te sera envoyé à l'adresse spécifiée lors de la création de ton compte. Pour valider ton inscription, tu devras cliquer sur le lien présent dans ce mail.

Rappelons-nous le libellé initial du Kit sur le site ChercheNet : « Véritable mode d'emploi des outils du numérique, vos élèves en auront besoin pour résoudre les énigmes en respectant les règles et usages liés à l'Internet. » Je me demande si il n'aurait pas été plus sincère de dire « Véritable mode d'emploi des outils Google, vos élèves auront besoin d'un compte Google pour résoudre les énigmes en respectant les règles et usages liés à l'Internet. ». C'eut été plus sincère mais plus problématique et surtout moins... pédagogique !

Et le problème c'est que l'emprise de Google sur le réseau est telle que l'entreprise est parfois surnommée le « Big Brother d'Internet », en référence au fait qu'elle possède de très nombreuses informations personnelles sur nos comportements numériques, informations décuplées à partir du moment où vous prenez un compte chez eux justement.

Du coup il y a un léger paradoxe à vouloir sensibiliser nos jeunes à « développer une vigilance collective » et « apprendre à protéger sa vie privée » (via un jeu « web-citoyen » soutenu par le ministère), tout en incitant plus que fortement à se créer un compte chez Google !

Google s'en défend ainsi dans les colonnes du Monde : « C'est le constat d'une réalité : nos outils sont les plus utilisés. Nous prenons nos responsabilités pour que leur usage soit sans risque et responsable. Si nous ne faisons rien à ce propos,

on nous critiquerait. » Ce n'est pas autrement que s'exprimerait un Thierry de Vulpillières pour justifier de l'activisme de Microsoft à l'école.

Et pour ce qui concerne Calysto, dans les mêmes colonnes : « Les outils sont libres, Google n'est qu'un simple sponsor. » Ben dites-moi... curieux de savoir ce que cela aurait bien pu donner si Google avait été plus qu'un « simple sponsor » ! On dirait le Café Pédagogique nous expliquant d'aplomb que Microsoft n'est qu'un simple sponsor de leur Forum des enseignants innovants.

Quant aux outils qui seraient « libres », c'est justement l'objet du prochain paragraphe.

Et le logiciel libre dans tout ça ?



Je ne sais pas très bien ce que Calysto entend par « outils libres » mais je n'ai pas été tout à fait honnête lorsque j'ai pu dire plus haut qu'il n'y en avait que pour Google.

En effet, on trouve trace du logiciel libre dans le « Kit pédagogique ». Mais réelle volonté de le promouvoir au sein de l'Éducation Nationale ou alibi pratique pour *faire passer la pilule* ? Les deux mon Capitaine. Un peu comme, chose curieuse, la politique globale et générale de Google vis-à-vis de « l'Open Source »...

Les premières (et sibyllines) références arrivent page 12/13 et 18/19. La page 12/13 est complètement dédiée au logiciel de retouche d'image Picasa. Mais tout en bas, on peut lire (avec la loupe qui nous accompagne dans tout le Kit) la chose suivante : « Logiciels libres : Gimp, Artweaver ». Et... c'est tout ! Aucune explication, aucun lien cliquable, bref cela

arrive comme un cheveu sur la soupe. Et puis, pour votre gouverne, on ne dit pas « Gimb » mais GIMP, tandis que Artweaver est sûrement un bon logiciel mais il n'est tout simplement pas libre.

Rebelote en page 18/19 entièrement consacrée au moteur de blog Blogger, avec un « Logiciels libres : Dot clear, WordPress... ». C'est mieux cette fois-ci mais on n'arrive toujours pas à atteindre la perfection puisqu'on écrit Dotclear et non « Dot clear » ☐



Dans le même style minimaliste, on aurait pu s'attendre à ce que la suite bureautique libre OpenOffice.org soit évoquée en bas de l'article sur Google Document (page 15/16). Une autre fois sans doute.

Mais il y a surtout la totalité de la page 20 intitulée « Qu'est-ce qu'un logiciel libre ? ». Il s'agit certes de la dernière page du Kit mais il y a de quoi se réjouir a priori. Sauf que la teneur de l'exposé m'a laissé parfois un peu perplexe, quand bien même nous connaissons tous la difficulté à vulgariser la notion de logiciel libre.

Pour comprendre ce qu'est un logiciel libre, il te faut avant tout connaître la signification du terme logiciel ; il s'agit d'un ensemble de programmes qui permet d'effectuer une tâche particulière (par exemple le traitement de texte, la retouche de photo, ...). Les logiciels sont soumis à des licences d'utilisation, qu'il faut très souvent acheter.

L'expression « logiciel libre », traduite de l'anglais free software, fait référence à la « liberté d'expression » et non pas au prix. C'est pourquoi ils sont souvent téléchargeables gratuitement sur l'Internet et peuvent être copiés légalement

par tous.

Le logiciel libre s'oppose au logiciel dit propriétaire, qui ne fournit pas les éléments pour le modifier et ne permet pas de le partager. En revanche, le logiciel libre garantit un certain nombre de libertés à ses utilisateurs : la liberté de l'utiliser pour quelque usage que ce soit, celle d'en redistribuer des copies et enfin la liberté de le modifier et de rendre publiques les modifications.

Soit. C'est un peu emberlificoté tout ça (et c'est plutôt dommage de passer sous silence l'aspect *mouvement social* du logiciel libre, cher à Richard Stallman) mais ça se termine plutôt bien. Quant à la suite, attention, c'est un beau nid de trolls :

Quels sont les autres avantages d'un logiciel libre ?

Il est plus fiable car moins vulnérable aux virus et aux failles de sécurité. En effet, comme beaucoup de monde a accès à ce type de logiciel, les erreurs sont corrigées plus vite ! De plus ils produisent des fichiers dans des formats dits ouverts, utilisables plus longtemps qu'avec des formats fermés, et sont moins gourmands en énergie et en ressources pour ton ordinateur que leurs équivalents propriétaires.

Je suis bien entendu plutôt d'accord mais comme dirait Wikipédia : « référence demandées ». C'est un peu brutal et péremptoire de présenter les choses ainsi. Les défenseurs du logiciel propriétaire apprécieront !

Et puis, si ces logiciels libres ont tant de vertus, pourquoi Google ne s'est-il pas donné la peine de « libérer » Picasa et Blogger au moment de leur rachat ?

On notera que ce texte porte en quelque sorte la « caution » de Frédéric Couchet de l'April puisqu'on le remercie personnellement en bas de page (je l'attends dans les

commentaires !). On notera enfin que Framasoft est également cité, avec là encore une URL explicite mais non cliquable.

Où les trouver ?

Tu peux télécharger de nombreux logiciels libres sur www.framasoft.net, un des annuaires les plus complets de logiciels compatibles avec les PC. Mais tu peux aussi les acheter dans certains grands magasins !

Vous nous voyez fiers et honorés, mais j'ai un peu de mal à m'imaginer un élève de sixième cinquième se rendre sur Framasoft à la suite de la lecture de ce Kit. Tout comme j'ai du mal à m'imaginer ce que l'élève et son professeur pourront bien retenir du logiciel libre au sortir du Kit.

Et plus généralement j'ai un peu de mal à faire la corrélation directe entre le contenu du Kit et sa présentation (que je rappelle une dernière fois) : « Véritable mode d'emploi des outils du numérique, vos élèves en auront besoin pour résoudre les énigmes en respectant les règles et usages liés à l'Internet. »

Quelles que soient les qualités des services de la société américaine (j'en consomme abondamment), c'est bien plus d'un « Kit Google » que d'un « Kit pédagogique » dont il s'agit ici.

Voilà une étonnante maladresse de la part d'un Calysto (qui se targue d'être un « spécialiste de la pédagogie Internet en milieu scolaire ») mais surtout d'un Google qui nous avait habitué à un marketing moins trivial. Ont-ils vraiment pensé que ce Kit allait tranquillement passer comme une lettre à la poste ? Bien que ce ne fut heureusement pas le cas ici, cela en dit long sur l'état actuel de notre passivité vis-à-vis de la marchandisation de l'école.

Un ministère embarrassé (mais réactif)

On comprendra alors fort bien que lorsque le ministère s'est penché sur ce Kit (aidé en cela par les premiers articles parus dans la presse comme celui du Monde) il ait vraisemblablement un peu « tiqué », quand bien même au départ il affirmait serein que « s'il était obligatoire d'utiliser Google, il n'aurait pas autorisé l'opération » (même source). Soutien à un projet pour « apprendre à maîtriser Internet et les outils du numérique », oui. Soutien aux services Google aboutissant à la création de comptes Google en masse chez les 11/12 ans, non. D'autant plus que Xavier Darcos en personne s'est déplacé pour inaugurer le projet !

Premier petit aparté.

Il faut dire aussi que si le ministère avait été réellement capable de nous offrir des ENT cohérents et mutualisés dignes de ce nom, les élèves auraient certainement moins « besoin » d'utiliser les services Google (à commencer par le très riche Google Apps Education).

Fin du premier petit aparté.

Second petit aparté.

Et si le ministère faisait confiance aux enseignants pour produire ce genre de supports plutôt que confier cela à une société commerciale « spécialiste de la pédagogie Internet en milieu scolaire » ? On mesure ici le haut degré de confiance accordé à son personnel dont c'est pourtant le métier !

Fin du second petit aparté.

Toujours est-il que Calysto et Google France ont dû se faire gentiment tirer les oreilles, avec pour conséquence la réactualisation de notre article du Monde :

Le mardi 23 mars, le ministère de l'Éducation a demandé à son partenaire de retirer le kit pédagogique du jeu ChercheNet. Le ministère a expliqué "ne pas souhaiter que Google soit aussi fortement mis en avant sur ce document destiné aux

professeurs et aux élèves". Un nouveau livret sera mis en ligne prochainement.

Prière de revoir sa copie donc, ce qui apparaît être une sage décision.

Nous attendons avec impatience la deuxième version revue et corrigée, et Framasoft se tient à l'entière disposition de Calysto et Google France si jamais ils souhaitent nous impliquer dans cette nouvelle mouture (pourquoi pas, après tout, puisque nous y sommes nous aussi dans ce premier Kit).

Money, money, money !

Sage décision donc, mais qui ne doit pas occulter le rôle et la responsabilité du ministère dans toute cette petite affaire (source ReadWriteWeb) :

Éduquer au plus vite au « réflexe » Google, c'est pouvoir être sûr de garder 70% de part de marché mondiales et donc continuer à faire tourner à fond la machine AdWords et AdSense. Tout cela paraît de bonne guerre, mais pose question quand à la présente aussi forte d'une marque dans un programme pédagogique soutenu par l'Éducation Nationale.

Et surtout, interroge quant à la capacité de cette dernière à fournir des programmes sensibilisant aux nouvelles technologies en adéquation avec les besoins et savoirs des élèves. La vénérable institution serait-elle aussi dépassée sur ce point, quitte à devoir se raccrocher officiellement à une initiative extérieure ?

Un ministère qu'on aimerait voir faire preuve de la même promptitude vis-à-vis de l'entrisme de Microsoft à l'école (abondamment développé sur ce blog). Parce que c'est exactement la même logique qui opère lorsque sous couvert « d'accompagner l'initiation de vos élèves ou de vos enfants au B2i », on propose, sur un site du service public, des

vidéos qui sont à la limite de la publicité déguisée pour la suite bureautique MS Office de Microsoft.

Hier Microsoft, aujourd'hui Google avec ce vrai faux « Kit pédagogique »... nous n'avons décidément pas fini de relater les relations complexes entre l'école et ces multinationales qui ne souhaitent que le bien de nos enfants (quand bien même il y ait étrangement à chaque fois des *effets collatéraux* bénéficiant au généreux sponsor).

Quant au logiciel libre, il n'est que trop rarement convié à la fête. Il faut dire que tant que l'époque privilégiera les fêtes privées et payantes, et ce jusqu'à l'intérieur même du *sanctuaire scolaire*, la situation n'aura guère de chance d'évoluer...

Quand les passants de Sydney adorent le nouveau Windows

Lu sur LinuxFr et, tout juste, sous-titré par Framalang :

« ZDNet Australie a réalisé une vidéo dans les rues de Sydney en faisant semblant de montrer une vidéo de démonstration du prochain Windows 7, alors qu'il s'agit en réalité de... KDE 4 !

En effet, il a été de très nombreuses fois constatées que le bureau de la version bêta (Build 7000) du prochain Windows présente une ressemblance troublante à cet autre environnement très présent dans le monde de Linux qu'est KDE. Mais au-delà de l'apparence du bureau, on se rend compte que toutes ces fonctionnalités de KDE plaisent énormément aux personnes passées dans la vidéo, et ne se doutent pas (apparemment) qu'il ne s'agit pas de Windows. La plupart en revanche,

critiquent Vista pour diverses raisons.

Alors, KDE4 est-il Windows 7, ou Windows est-il KDE 4, ou simplement un peu des deux finalement ou ils n'ont rien à voir ? À vous de juger... »



-> La vidéo au format webm

Un autre monde musical est possible nous dit Trent Reznor

On peut voir le document que nous vous présentons aujourd'hui comme la majeure contribution du Framablog au débat actuel sur le trop fameux projet de loi « Création et Internet », qui porte si mal son nom. Nous sommes en effet fiers de vous proposer la traduction (sous-titrage et transcription écrite ci-dessous) d'une conférence qui apporte comme un grand bol d'oxygène à la période tendue et crispée que nous sommes en train de traverser.

Oui, avec du talent et de l'imagination, on peut (économiquement) réussir dans la musique en dehors des circuits traditionnels (comprendre avant tout les Majors du disque) en utilisant à plein les extraordinaires potentialités d'Internet pour se mettre directement en relation avec son public.

C'est ce que démontre le parcours de l'artiste Trent Reznor, chanteur des Nine Inch Nails, brillamment analysé ici par Mike Masnick, dont le blog décrypte les tendances des nouveaux

médias sociaux.

Cette conférence d'une quinzaine de minutes a été donnée en janvier dernier au MIDEM 2009 de Cannes. L'étrange équation énoncée, « $CwF + RtB = \$\$\$$ », tient de la formule magique mais elle est pourtant simple à comprendre pourvu qu'on accepte la nouvelle donne et surtout les nouvelles règles du jeu.

N'ayez pas peur, disait l'autre. Nous ne sommes plus ici dans le monde des « pirates » à éradiquer mais dans celui, passionnant, de ceux qui ouvrent la voie d'un nouveau paradigme...



-> La vidéo au format webm

Trent Reznor et l'équation pour de futurs modèles économiques de la musique

Trent Reznor And The Formula For Future Music Business Models

Mike Masnick – 17 janvier 2008 – TechDirt

(Traduction Framalang : Don Rico, Joan, Yostral)

Je suis Mike Masnick, mon entreprise s'appelle Floor64. Voici notre site web : nous avons diverses activités, travaillons avec différentes entreprises, les aidons à comprendre les tendances des nouveaux médias sociaux et à établir un lien avec les communautés auxquelles elles s'adressent.

On me connaît surtout, quand on me connaît, pour TechDirt, le blog que nous publions sur Floor64. Voilà à quoi ça ressemble. Sur ce blog, j'aborde très souvent le sujet de l'industrie musicale et de l'industrie du disque, et j'ai notamment beaucoup écrit sur les initiatives de Trent Reznor et les modèles économiques qu'il applique et expérimente depuis quelque temps. Ces billets sont bien sûr à l'origine de cette intervention : « Pourquoi Trent Reznor et Nine Inch Nails représentent l'avenir de l'industrie musicale ».

Nous sommes un peu en retard car nous devions commencer à 11h45. Chez moi, en Californie, il est 2h45 du matin. Je souffre du décalage horaire, comme d'autres ici je pense, alors pour qu'on reste éveillés, je vais faire défiler que 280 diapos au cours de cette intervention, car je pense qu'en gardant un rythme soutenu on ne s'endormira pas trop vite. Mais pendant ces 280 diapos je vais quand même aborder quelques points importants sur les actions de Trent Reznor et expliquer pourquoi les modèles économiques qu'il expérimente représentent vraiment l'avenir de la musique.

Sans plus attendre, rentrons dans le vif du sujet.

Chapitre 1

Que ce soit volontaire ou pas, je n'en sais d'ailleurs rien, il semblerait que Trent Reznor ait découvert le secret d'un modèle économique efficace pour la musique. Ça commence par quelque chose de très simple : CwF, qui signifie « Créer un lien avec les fans ». Ajoutez-y une pincée de RtB : « Une Raison d'acheter ». Associez les deux, et vous obtenez un modèle économique. Ça paraît très simple, et beaucoup pensent que ça n'a rien de sorcier. Mais le plus stupéfiant, c'est la difficulté qu'ont d'autres à combiner ces deux ingrédients afin de gagner de l'argent, alors que Trent Reznor, lui, s'en est sorti à merveille, à de nombreuses reprises, et de nombreuses façons.

Tout a commencé quand il était encore signé chez une major. Il a appliqué ce modèle de façon très intéressante sur l'album Year Zero, en 2007. Avant la sortie de l'album, il a établi un lien avec ses fans en organisant une sorte de chasse au trésor, ou un jeu de réalité virtuelle. Voici le dos du t-shirt qu'il portait pendant la tournée de 2007. Certaines lettres des noms de ville sont en surbrillance : en les isolant puis en les remettant dans l'ordre, on obtient la phrase « I am trying to believe ». Certains ont été assez futés pour assembler la phrase et y ajouter un « point com ».

Puis ils sont allés sur le site « Iamtryingtobelieve.com » et se sont retrouvés dans un jeu de réalité virtuelle, qui était assez marrant. Voici qui a apporté un gros plus à l'expérience générale pour les fans et permis d'établir avec eux un lien qui allait au-delà de la seule musique.

Du coup, les fans étaient plus impliqués, motivés et impatients. Il est allé plus loin encore : vous approuverez ou pas, tout dépend de l'endroit où vous êtes assis dans la salle. Ça a mis en rogne la maison de disque de Reznor, parce qu'il s'est amusé à mettre de nouveaux morceaux sur des clés USB qu'il abandonnait ensuite par-terre dans les toilettes à chaque concert qu'il donnait. Les fans trouvaient ces clés USB dans les différentes salles de concert, les ramenaient chez eux, les branchaient sur leur ordinateur et y trouvaient de nouveaux morceaux de Nine Inch Nails, et bien sûr ils les partageaient.

De cette façon, le groupe a impliqué les fans, les a motivés et les a mis dans tous leurs états. Les seuls à ne pas avoir été ravis, c'était la RIAA, qui a envoyé des messages d'avertissement pour de la musique que Trent Reznor lui-même distribuait gratis. Ça, ce n'est pas un moyen d'établir un lien avec les fans, mais plutôt de se les mettre à dos.

Trent Reznor continuait donc à donner aux gens des raisons d'acheter alors qu'il refileait lui-même sa musique. Quand l'album est sorti, le CD changeait de couleur. On le mettait dans le lecteur, et en chauffant la couleur du disque changeait. C'est gadget, mais c'était assez sympa et ça donnait aux fans une raison d'acheter le CD, parce qu'on ne peut pas reproduire ça avec un MP3.

C'était un exemple simple datant de l'époque où il était encore sous contrat avec une major, mais passons au...

Chapitre 2

Après cet album, il n'avait plus de maison de disque, et a

préféré voler de ses propres ailes, s'aventurant alors sur les terres soi-disant dévastées de l'industrie musicale d'aujourd'hui. Pourtant ça ne lui a pas posé problème, car il savait qu'en créant un lien avec les fans et en leur donnant une raison d'acheter il pouvait créer un modèle économique efficace. Il a donc commencé par l'album Ghosts I-IV, et il a crée des liens avec ses fans en leur offrant plusieurs choix, au lieu d'essayer de leur imposer une façon unique d'interagir avec sa musique. On avait différentes options, et il leur a donné une raison d'acheter en proposant une offre améliorée.

Je vais rapidement énumérer ces options.   la base, il y avait un téléchargement gratuit. L'album comptait 36 morceaux. On pouvait télécharger gratuitement les 9 premiers, et les 36 étaient sous licence Creative Commons, donc il était possible de les partager légalement. Bref, quand on voulait les télécharger gratuitement sur le site de NIN, on n'avait que les neuf premiers. Pour 5 dollars, on recevait les 36 morceaux et un fichier PDF de 40 pages. 5\$ pour 36 morceaux, c'est beaucoup moins cher que le modèle d'iTunes à 1\$ par chanson. Pour 10\$, vous receviez une boîte avec deux CDs et un livret de 16 pages. 10 \$ pour une boîte de 2 Cds, c'est pas mal. Mais  a, beaucoup d'autres le font, tout le monde applique ce principe de musique offerte et de vente de CDs à prix raisonnable sur le site.

Ce qui est intéressant, c'est ce qu'il a proposé en plus. Là, on commence par un coffret édition deluxe à 75 dollars, qui contenait tout un tas de choses. C'était une sorte de coffret, mais centré sur ce seul album et qui contenait un dvd et un disque blu-ray, un beau livret, le tout fourni dans une boîte sympa. 75\$, bonne affaire pour des fans qui veulent vraiment soutenir Reznor. Mais le plus intéressant, c'était le coffret ultra deluxe édition limitée à 300 \$.

Comme on le voit sur ce site, tous ont été vendus. Il y a tout un tas de suppléments dans ce coffret. Voici à quoi ça ressemblait.

Là encore, on trouve le contenu du coffret de base, plus d'autres trucs. Mais ce qui est vraiment important, c'est qu'il n'a été tiré qu'à 2500 exemplaires, et que tous étaient dédiés par Trent Reznor. Le tout coûtait 300\$, mais c'était exceptionnel, unique, et ça ajoutait de la valeur à la musique. Les 2500 ont été vendus, ce qui n'a rien d'étonnant. Mais ce qui est impressionnant, c'est la vitesse à laquelle ils sont partis. Moins de 30 heures. Faites le calcul : ça donne 750 000 dollars en 30 heures pour de la musique qu'il donnait gratuitement.

Rien que la première semaine, si l'on inclut les autres offres, ils ont encaissé 1,6 million de dollars, là encore pour de la musique qu'ils distribuaient gratuitement, sans label, mais c'était vraiment une façon de créer un lien avec les fans, de leur donner une raison d'acheter, et de trouver un modèle économique efficace. Même si c'était gratuit et qu'on pouvait tout télécharger légalement une fois les morceaux mis en ligne sur des sites de Torrent ou de partage de fichiers, voici ce qu'a publié Amazon la semaine dernière : la liste de leurs meilleures ventes d'albums au téléchargement en 2008, où Ghosts I-IV arrive en tête.

Donc, voici un album gratuit qui en une seule semaine a rapporté 1,6 million de dollars, et qui a continué à bien se vendre sur Amazon tout le reste de l'année. On se rend bien compte qu'ici, la question ce n'est pas le prix. Le fait que l'album soit disponible gratuitement ne signifie pas la fin du modèle économique, il n'y a pas lieu de s'inquiéter. Tant que l'on crée un lien avec les fans et qu'on leur donne une raison d'acheter, il y a de l'argent à se faire.

Chapitre 3

Dans cette série d'expériences, deux mois seulement après Ghosts I-IV est sorti The Slip, et cette fois-ci c'était complètement gratuit, il suffisait de donner son adresse e-mail et on pouvait le télécharger en entier. Un lien de plus

avec les fans. Les téléchargements étaient de qualité, on avait le choix entre des versions MP3 ou lossless. Pas du tout le principe « on vous file gratis la version merdique, passez à la caisse pour une meilleure version ». Encore une fois, il a essayé d'innover pour créer un lien plus fort avec les fans.

Voici les données de TopSpin, qui fournissait l'infrastructure pour les téléchargements, et qui a créé ces cartes sympas sur Google Earth pour qu'on voit d'où tous les autres téléchargeaient. Pas forcément utile, mais c'était chouette, et ça contribuait à construire la communauté, à créer un lien avec les fans. En parallèle, le jour de la sortie de *The Slip*, ils ont publié la liste des concerts pour la tournée 2008. On pouvait donc télécharger la musique, l'écouter, et aussitôt acheter des places.

Bien entendu, Reznor et NIN ont toujours veillé à ce qu'il y ait une raison d'acheter des billets : ils ne donnent pas de simples concerts, mais offrent un spectacle complet. Ils jouaient devant un grand écran et amenaient plein d'idées afin d'en faire une expérience passionnante pour les fans, et les fans en redemandent. Ils sont emballés à l'idée d'aller à ces concerts, et pas seulement parce qu'ils vont voir Trent Reznor jouer. Bien sûr, Reznor n'en faisait pas profiter que NIN. Il y avait des premières parties sur la tournée, et il a enregistré un disque samplé, téléchargeable gratuitement lui aussi, avec des fichiers de bonne qualité de morceaux des différents groupes qui jouaient en première partie, permettant ainsi aux fans de créer un lien et leur donnant des raisons d'acheter des places de concerts pour aller voir ces groupes s'ils leur plaisaient.

Là encore, même si l'album était gratuit, il a donné d'autres raisons d'acheter en pressant l'album sur CD et vinyl, avec un tas de contenu supplémentaire dans une édition limitée et numérotée. On en revient au procédé de *Ghosts I-IV*, avec des tas de suppléments. J'insiste sur ce point parce que c'est vraiment important.

Chapitre 4

On n'a parlé que de sortie d'album, mais ces règles ne s'appliquent pas seulement quand on sort un album. Il faut créer un lien avec les fans tout le temps, sans discontinuer. Voici le site Web de Reznor, où il a mis en place des tas d'idées intéressantes, et je vais passer vite dessus parce qu'il y a beaucoup de choses, mais le lien se crée en permanence. Quand on se connecte, on voit les nouveautés, et puis on trouve les fonctions habituelles : de la musique à écouter, des outils communautaires comme les forums, les tchats. Mais il y a aussi des éléments moins évidents. Par exemple ce flux de photos, qui proviennent de Flickr. Ces photos ne sont pas toutes des clichés du groupe prises par des pros, mais ceux que les fans mettent sur Flickr sont regroupés sur le site. Ainsi on peut voir ce que les autres voyaient aux concerts où vous êtes allés, ou à ceux que vous avez manqué.

Il offre aussi des fonds d'écran que l'on peut télécharger, sous licence Creative Commons. On peut les retoucher, et d'ailleurs vous remarquerez que les images d'illustration que j'utilise sont justement tirées de ces fonds d'écran, légèrement modifiés pour que ça rentre sur les diapos. Dans le même esprit que les photos Flickr, il y a les vidéos. En gros, les fans filment des vidéos avec leur téléphone mobile, les mettent en ligne sur YouTube, et elles sont toutes regroupées sur le site. Pas de problème de procès, pas d'avertissements, pas de réclamations de la part de YouTube, les vidéos servent juste à créer du lien avec les fans, à leur donner une raison d'acheter.

Sur le site, on peut aussi télécharger des fichiers bruts, et NIN encourage les fans à les remixer, à les écouter, à les noter, à les échanger, ce qui implique vraiment les fans.

Autres idées amusantes : des concours, par exemple des tickets cachés qu'il faut trouver sur le site, des coordonnées indiquant l'emplacement de places gratuites pour un concert

que NIN donnait dans un tunnel d'égout à Los Angeles. Il a mis sur son site une enquête de 10 pages à remplir, ce qui a permis d'élaborer un profil complet de ses fans. Mais le plus intéressant, c'est le courriel qu'il a envoyé, assez long comme vous le voyez, qui a montré que Reznor est proche de ses fans, ce qui hélas est rare dans l'industrie musicale.

À suivre

Passons au dernier chapitre. Je l'intitule « À suivre » plutôt que « Dernier chapitre », parce que c'est loin d'être fini. Reznor continue en permanence à expérimenter de nouvelles idées. Pas plus tard que la semaine dernière, j'ai dû compléter cette intervention, en espérant qu'il allait calmer le rythme de ses expérimentations, parce que ça commençait à être dur de maintenir cette présentation à jour. Il a publié un billet sur son blog expliquant sur le ton de la plaisanterie avoir été contacté par un mystérieux groupe d'agitateurs qui avaient filmé trois concerts et mis en ligne les rushes, des rushes en haute définition. Il y en a pour 450 gigas de rushes. La plupart des disques durs n'ont pas une telle capacité, et ça m'étonnerait que beaucoup d'entre vous ici aient 450 Go sur votre portable. Et puis il y a les fournisseurs comme ComCast qui limitent la bande passante à 250 Go par mois, voire TimeWarner qui descend encore plus bas, à 5 Go par mois. Et voilà Reznor qui refile 450 Go de vidéo HD et déclare : « Je suis sûr que des fans entrepreneurs vont nous mitonner un truc sympa ». Ça c'est vraiment un super moyen de créer le lien avec les fans, de leur donner une raison d'acheter, et c'est ce qui donne le modèle économique.

On peut voir ça sous un autre angle : au lieu de signifier Connect with Fans, CtW pourrait être l'acronyme de Compete With Free (*NdT : le Gratuit Compétitif*) et Rtb, au lieu de Reason to Buy, peut être l'abréviation de Retour au Business. Au lieu de se plaindre sans cesse du piratage et de diaboliser les nouvelles technologies, il vaut mieux s'efforcer de trouver un modèle économique qui fonctionne.

Ce qu'il faut retenir, c'est que ça fonctionne pour de bon, sans qu'il y ait besoin de recourir aux licences collectives, aux DRM ou aux procès. Techniquement parlant, et c'est ce qui agace certains, il n'y a pas besoin de recourir aux droits d'auteur pour que ça marche: il suffit de créer le lien avec les fans et de leur donner une raison d'acheter.

Ce qu'il faut retenir aussi, c'est que ça vaut pour tous les musiciens, connus ou moins connus. Je me suis concentré sur Reznor, parce que c'est le sujet de mon intervention, mais des tas de petits groupes appliquent ce même modèle. En gros, Reznor ne fait qu'ouvrir la voie pour des tas d'autres et permettre que ça fonctionne. Quant aux autres, ils ne plagient pas, ils ne se contentent pas de copier les idées de Reznor. Ils partent de la recette de départ pour l'adapter à leur façon, et ça fonctionne aussi pour eux sans qu'ils aient à se soucier des licences, des DRM ou des procès. Pas de problème de copyright. Ils ne leur reste qu'à se concentrer sur l'avenir, sur la musique, et à inventer les modèles économiques qui fonctionnent de nos jours.

Voilà, j'ai expliqué dans cette intervention pourquoi Trent Reznor et NIN représentent l'avenir de l'industrie musicale. Si vous souhaitez me contacter, voici mes deux adresses e-mail.

Merci.

Quand le marketing Microsoft cible l'éducation et ses

enseignants clients

Ce n'est pas faute d'avoir tenté de contrarier la chose, mais, beau joueur, le Framablog tient à féliciter chaleureusement Microsoft pour avoir récemment remporté le Grand Prix « **Acquisition et Fidélisation Clients** » grâce à sa campagne « Éducation » réalisée avec l'agence Infoflash, lors du quatrième forum du CMIT (qui a réuni près de trois cents professionnels de la communauté du marketing et de la communication du secteur des TIC).



J'espère que Thierry de Vulpillières n'oubliera pas d'associer le Café Pédagogique et Projetice à un succès auquel ils ont grandement contribué.

Sur le site d'Infoflash (qui porte bien son nom), on peut lire la campagne ainsi résumée :

Microsoft France

Office 2007 à la conquête des enseignants

L'objectif

Une campagne de conquête de marché et d'adoption d'Office dans l'Éducation

La cible

Les enseignants des 12 000 collèges et lycées et des 40 000 écoles primaires

L'idée

Une communication personnalisée par discipline enseignée avec un mix print et web provoquant l'adhésion des enseignants et leur reconnaissance

Les moyens

Un dispositif efficace : poster, lettre d'introduction, mailing, portail de téléchargement riche et interactif avec

introduction en vidéo. Un message positif, clair et personnalisé aux cibles identifiées

On trouve plus de détails sur un communiqué de presse d'Infoflash, daté du 29 janvier dernier et titré « Microsoft part à l'assaut du monde de l'éducation avec Infoflash » (sic !), dont voici quelques extraits.

Au 1er semestre 2008, la division Microsoft Education a sollicité les équipes d'Infoflash pour créer en un mois seulement une mécanique et les outils les mieux adaptés à sa campagne de communication autour de Microsoft Office Professionnel 2007.

L'agence a donc proposé une communication personnalisée par discipline enseignée avec un mix print et web destiné à susciter l'adhésion des enseignants et leur reconnaissance. En plus de créer deux sites Internet performants pour sensibiliser et répondre à leurs attentes, des mailings personnalisés ainsi que des mailings promotionnels ont été envoyés aux enseignants et aux établissements scolaires ciblés.

Infoflash a mené cette campagne en deux temps : En juin 2008, un mailing personnalisé a été envoyé à 120 000 enseignants et personnels de collèges pour leur faire découvrir Microsoft Office Professionnel 2007. Ce mailing les encourageait à télécharger gratuitement la licence et à se former pendant l'été sur www.officepourlesenseignants.fr, site réalisé pour la campagne.

Voir le billet Microsoft Office 2007 désormais gratuite pour tous les enseignants sur le Framablog.

En novembre 2008, ce sont deux vagues de mailings spécifiques qui ont été initiées par Infoflash. Un mailing promotionnel a ainsi été envoyé à 12 000 personnels de collèges (principaux,

documentalistes et intendants) pour faire découvrir Microsoft Office Professionnel 2007 aux établissements grâce à une offre promotionnelle d'achats de licences à prix très attractif en accédant à www.officepourlesetablissements.fr

Voir le billet L'accès au fichier professionnel des enseignants : l'exemple Microsoft sur le Framablog.

Un 2e mailing a été envoyé à 350 000 enseignants dont 30 000 enseignants en école primaire pour leur proposer le téléchargement gratuit de la solution Microsoft pour leur usage personnel ainsi que l'accès à 350 tutoriels pour les aider à préparer leurs élèves au B2i.

Voir le billet L'influence de Microsoft à l'école n'est-elle pas disproportionnée ? sur le Framablog.

Le dispositif global mis en place autour de Microsoft Office Professionnel 2007 a donc servi à la fois aux enseignants (gain de temps, préparation des cours...) et aux élèves (traitement de texte, tableur, recherche sur Internet).

Voir le billet Le débat sur Windows Vista et MS Office 2007 à l'école aura-t-il lieu ? sur le Framablog.

Le communiqué s'achève sur deux témoignages :

« Nous avons pu constater que les enseignants et le personnel des établissements scolaires ont très bien perçu cette campagne ; ce qui a indéniablement permis d'augmenter la visibilité de cette solution proposée par Microsoft » précise Frédérique Dublanc, Directrice de clientèle chez Infoflash.

« Au-delà de la rapidité avec laquelle a été conçue cette campagne intégrée, il faut noter que c'est un des 1ers sites à avoir été développé en Silverlight, ce qui a permis la diffusion de l'offre Microsoft Office 2007 Professionnel pour

les Enseignants mais aussi l'appropriation de nos technologies web » indique Simon Mouyal, Directeur de la communication PME-PMI de Microsoft France.

Bien vu le coup de Silverlight, soit dit en passant.

Difficile de reprocher quoi que ce soit à Infoflash qui s'exprime ici dans la culture et le vocabulaire issus de son secteur professionnel, mais suis-je le seul à tiquer lorsque la « cible » est l'Éducation nationale et les « clients » ses enseignants ?