

# 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](http://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](http://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 ?

---

# Je veux la même chose sur mon Eee PC !

Faites passer pour montrer à quoi peut ressembler GNU/Linux aujourd'hui, qui plus est sur un netbook (ici le célèbre Eee PC).

Même ma compagne a été impressionnée, c'est vous dire...



—> La vidéo au format webm

Il s'agit de la distribution GNU/Linux Elive (Debian + Enlightenment) gentiment customisée pour faire tourner le flashy and sexy Compiz dessus (pour en savoir plus).

La musique est de Arena Of Electronic Music (licence Creative Commons By-Nc-Nd).

---

## Le désastre Vista n'a pas

# forcément favorisé Linux

L'article du jour, ou plutôt la traduction du jour, évoque un phénomène que nous sommes nombreux à avoir constaté : la perte initiale de « l'avantage » qu'avait GNU/Linux chez les netbooks au bénéfice non pas de Vista (il est bien incapable de tourner sur ces petites machines) mais de Windows XP.



Il suffit en effet de s'en aller faire un tour chez un grand revendeur d'informatique pour se rendre compte que, dans la grande majorité des cas, les netbooks sous Linux ne sont pas mis en valeur (aussi bien côté présentation que côté personnel de l'échoppe qui aura vite fait de vous conseiller le netbook Windows si tant est que vous lui posiez la question).

Et c'est d'autant plus dommage que nous avons là une belle opportunité de montrer au « grand public » que Linux était désormais une alternative réelle et crédible<sup>[1]</sup>. Raison de plus pour « pousser Linux côté marketing » sachant que l'arrivée prochaine du nouveau système d'exploitation Windows 7 (justement là pour faire oublier l'accident industriel Vista) risque de compliquer encore un peu plus la donne...

## En quoi le désastre Vista a nui à Linux

### How Vista's total failure hurt Linux

*Steven J. Vaughan-Nichols - 28 janvier 2009 - ComputerWorld.com*

*(Traduction Framalang : Yonell et Don Rico)*

Après avoir bien examiné Vista, j'ai compris que le desktop Linux avait de beaux jours devant lui. Vista était, et demeure, l'incarnation du désastre pour un système d'exploitation. Là aussi, j'avais raison. Et quand les netbooks ont fait leur apparition, c'était Linux, et pas Vista, qui a d'abord triomphé.

Mais ce que je n'avais pas prévu, c'était que les ventes de Vista seraient si faibles que Microsoft ferait carrément marche arrière, en ranimant d'abord XP Familial, puis, en décembre 2008, XP Pro.

Certes, Microsoft n'a pas fait de déclaration fracassante du genre « Vista est une bouse, on a pigé, prenez plutôt XP », mais dans les faits, c'est exactement ce qu'ils ont fait. Et c'est une des raisons pour lesquelles ils veulent sortir leur nouveau système d'exploitation Windows 7, alias Vista light, au plus vite.

Windows 7, à la différence de Vista, pourra tourner sur les netbooks. Et une fois que Windows 7 sera en service, Microsoft reprendra son entreprise de mise au placard de XP.

Entre-temps, Linux est passé de propriétaire de la niche des netbooks à actionnaire même pas majoritaire. Que s'est-il passé ?

Selon Gary Marshall de Tech Radar, c'est parce qu'on demande aux utilisateurs de choisir entre « Windows XP et tout un tas de distributions différentes ».

Je n'adhère pas à cette idée. Seul un linuxien connaît les différences, ou même le nom, des différentes distributions Linux proposées sur les netbooks. Ce qu'un client ou un commercial sait d'un netbook, c'est à quoi il ressemble, la quantité de RAM et la taille du disque dur, plus son prix. Et c'est à peu près tout.

Alors, pourquoi XP fait-il un tel retour en force ? Eh bien, je crois que Microsoft offre de sacrées ristournes aux fabricants, pour s'assurer que XP ait une présence suffisante. Les fabricants, qui ont l'impression que Microsoft leur doit quelque chose après leur avoir balancé la boule puante Vista, sont contents d'avoir un XP à prix d'ami.

Même dans ce cas de figure, les netbooks sous Linux restent moins chers que ceux pourvus de XP, mais les fabricants, à l'exception de Dell avec son matériel sous Ubuntu, ne font pas grand chose pour les mettre en avant. Oui, tous ceux qui comptent dans le marché des PC proposent maintenant Linux, mais ils n'en font aucune publicité.

Je les soupçonne tous d'être contents d'avoir adopté Linux. Mais je soupçonne aussi qu'en grande partie, il en est ainsi pour qu'ils puissent dire à Microsoft de leur faire un bon prix pour les licences XP et Windows 7, parce que si Microsoft ne se positionne pas, ils peuvent toujours leur préférer Linux.

Alors, que faire pour Linux ? D'une part, nous devons propager l'idée que le desktop Linux est disponible, largement à la hauteur de Windows, et souvent

meilleur.

La Linux Foundation fait tout son possible pour y parvenir, en avançant avec son concours de vidéos « We're Linux ». Le desktop Linux est allé à peu près au bout de ce qu'il pouvait faire sans le soutien du marché plus large des non-techniciens. Avec les pubs issues du travail de la Linux Foundation, avec les distributions accessibles, et avec les ordinateurs et portables pré-installés Linux, c'est aux fans et aux distributeurs de faire reprendre l'avancée de Linux pour le grand public.

## Notes

[1] Crédit photo : Hamed Masoumi (Creative Commons By)

---

# VoD : l'interopérabilité selon TF1

Ce billet d'humeur aurait pu s'intituler « TF1 Vision : parcours du combattant », ou « TF1 Vision / Microsoft, descente aux enfers d'un candide linuxien », et pour développer je vais vous conter les déboires que m'a valu mon addiction aux séries TV.



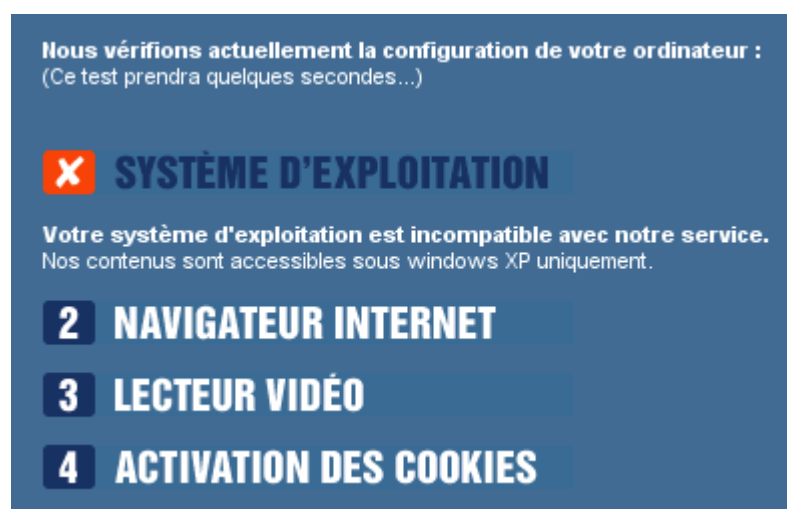
Plantons le décor. Je n'ai pas la télé et je ne regarde que des DVDs, notamment des séries. Parmi ces séries, il y a LOST, et récemment, j'ai découvert que la saison 5 était disponible sur TF1 Vision, le site de vidéo à la demande (ou VoD) de TF1. Enthousiaste, je me voyais déjà passer quelques soirées à me repâitre de vidéos. C'était sans compter sur les efforts conjugués de TF1 et de Microsoft<sup>[1]</sup> pour me mettre des bâtons dans les roues...

L'autre soir, donc, je m'installe derrière mon PC dans l'idée de télécharger deux

épisodes de LOST. Le site de TF1 Vision passe bien sous Ubuntu Hardy, malgré une architecture truffée d'éléments en Flash, et l'inscription au service se déroule sans accroc. Mais lorsqu'on arrive sur la page de téléchargement, ça se gâte.

Un assistant de vérification de compatibilité m'annonce que mon système d'exploitation n'est pas pris en charge :

1. Système d'exploitation : **Votre système d'exploitation est incompatible avec notre service.** Nos contenus sont accessibles sous Windows XP uniquement.
2. Navigateur Internet
3. Lecteur vidéo
4. Activation des cookies



Qu'ils n'aient pas pensé à GNU/Linux ne m'étonne guère, mais qu'en est-il de Mac, qui est quand même en train de tailler de sérieuses croupières à Microsoft ? Le service commercial de TF1 devrait se tenir au courant de l'actualité informatique : Apple avait atteint début 2008 les 4% de part de marché en France et bénéficie depuis d'une progression fulgurante, GNU/Linux reste marginal mais connaît un succès croissant, et arrive en bonne place sur les mini-PC. Étrange de se couper ainsi de dizaines de milliers de clients potentiels...


Ayant gardé une partition sous XP au cas où l'on me confierait une traduction nécessitant un programme n'existant que pour Windows, je reboote et retourne sur le site de TF1 Vision. De retour sur la page de téléchargement, je clique sur le teaser de la saison 5 de LOST, pour un essai gratuit (pas fou, non plus...).


Ce qui donne alors :



1. Système d'exploitation : OK
2. Navigateur Internet : **Votre navigateur Internet est incompatible avec notre service.** Nos contenus sont accessibles avec Internet Explorer 6.0 ou plus.
3. Lecteur vidéo
4. Activation des cookies

Nous vérifions actuellement la configuration de votre ordinateur :  
(Ce test prendra quelques secondes...)

 **SYSTÈME D'EXPLOITATION**

 **NAVIGATEUR INTERNET**

Votre navigateur Internet est incompatible avec notre service.  
Nos contenus sont accessibles avec Internet Explorer 6.0 ou plus.

**3** **LECTEUR VIDÉO**

**4** **ACTIVATION DES COOKIES**

Firefox n'est pas pris en charge. Apparemment, Safari, Chrome et Opera non plus. Pour TF1, c'est IE ou rien. Là encore, les concepteurs du site et les types du service commercial sont en retard de quelques années. Ignorent-ils que Firefox représente 25% de parts de marché en France, que Safari et Opera représentent malgré tout un nombre non négligeable d'utilisateurs ?

Désirant pousser le vice jusqu'au bout, je ferme Firefox et ouvre Internet Explorer 7. Encore une fois, ça coince :

1. Système d'exploitation : OK
2. Navigateur Internet : OK
3. Lecteur vidéo : **La version de votre lecteur vidéo est incompatible avec notre service.** Nos contenus sont accessibles avec Windows Media 10 ou plus.
4. Activation des cookies

Nous vérifions actuellement la configuration de votre ordinateur :  
(Ce test prendra quelques secondes...)

✓ **SYSTÈME D'EXPLOITATION**

✓ **NAVIGATEUR INTERNET**

✗ **LECTEUR VIDÉO**

La version de votre lecteur vidéo est incompatible avec notre service.  
Nos contenus sont accessibles avec windows Media Player 10 ou plus.

Pour le télécharger gratuitement : [> CLIQUEZ ICI](#)

**4 ACTIVATION DES COOKIES**

N'en ayant pas l'utilité, je n'avais pas installé WMP version 11. Bien entendu, nulle mention d'un autre lecteur, même propriétaire. Il est pourtant loin le temps où Windows Media Player régnait sur le marché des lecteurs multimédia. Quicktime, ne serait que pour le streaming, ou VLC et Miro, comptent un bon paquet d'utilisateurs.

En tant qu'utilisateur de Linux, et même en tant qu'ancien utilisateur de Windows XP, je suis révolté qu'on ne me laisse aucun choix pour les programmes à utiliser. Comble de malchance, un bug de Windows Media Player m'a empêché de voir le fichier téléchargé à grand peine.

Avouez que l'on fait mieux comme expérience utilisateur. Certes, je n'attendais pas de TF1 qu'elle publie ses vidéos au format Ogg et sous licence Creative Commons, mais en arriver à un tel point de mépris de l'interopérabilité est atterrant. Pour une entreprise commerciale, se couper d'une part grandissante des consommateurs est par ailleurs une stratégie pour le moins singulière. Mais TF1 n'est hélas pas la seule, de nombreux sites ou plateformes de téléchargement ne respectant pas les standards et l'interopérabilité, Apple et iTunes en tête.

Comment faire lorsqu'on est utilisateur de Linux, que l'on utilise Firefox ou Epiphany pour l'Internet et Totem ou VLC pour le multimédia ? Lorsqu'on est utilisateur de Mac et qu'on utilise Safari et Quicktime, sans parler de logiciels libres ? Et même lorsqu'on est sous Windows mais qu'on préfère surfer avec Firefox ou Opera, et lire ses fichiers vidéo avec VLC ou Miro ?

A-t-on alors d'autre choix que l'abstinence ou le téléchargement illégal lorsqu'on est utilisateur de Linux ? En ce qui me concerne, j'ai une furieuse envie d'installer

eMule ou d'aller traîner sur The Pirate Bay... Les entreprises privées qui sont les premières à diaboliser le téléchargement illégal devraient peut-être d'abord faire sauter les verrous (au lieu d'en rajouter, on a vu la pirouette qu'a dû exécuter Apple face à l'ineptie et à l'impopularité des DRM) qui empêchent bon nombre d'entre nous d'accéder à leurs services.

## Notes

[1] Crédit photo : J (Creative Commons By-Sa)

---

# La vie est partagée (du temps de cerveau disponible)

Nombreux sont les mouvements collectifs dont le message et les valeurs ont été récupérés, détournés, pour ne pas dire dévoyés par la publicité et le marketing.

Prochaine victime potentielle : « la culture libre ».

S'inspirant directement du phénomène des flash mobs, une vidéo de l'opérateur téléphonique T-Mobile (groupe Deutsche Telekom), tournée le 15 janvier dernier à la station Liverpool Street de Londres. Réalisée par l'agence Saatchi & Saatchi, elle a demandé 350 danseurs filmés par de nombreuses caméras « cachées ». Cette chorégraphie fut transformée en spot TV pour être diffusée deux jours après en prime time sur la chaîne de télévision britannique Channel 4.

L'annonce ne comporte aucun texte si ce n'est le slogan final de l'opérateur : « Life's for sharing »

PS : C'est l'un des buzz du net actuel, mais, à de rares exceptions près, ne comptez pas surtout pas sur la blogosphère pour prendre du recul et se montrer critique. C'est à qui la référencera en premier, accompagnée d'une présentation

toujours élogieuse et admirative. Il n'y aurait plus qu'à remercier T-Mobile de nous offrir ce petit moment divertissement en somme.

---

# Le fabuleux destin de Windows Vista

La campagne BadVista de la Free Software Foundation est close. Initiée au même moment que la sortie de Windows Vista, il s'agissait d'informer et de mettre en garde contre les dangers du nouveau système d'exploitation de Microsoft. Les arguments éthiques ont fait mouche mais reconnaissons que les piètres qualités intrinsèques de Vista ont bien aidé (surtout après une si longue attente). Toujours est-il que les objectifs ayant été atteints, félicitons-nous et passons à autre chose, tel est le résumé de cette nouvelle traduction<sup>[1]</sup>.



Il faut dire que l'échec est retentissant surtout si on le mesure à l'aune des moyens marketings sans précédents mis en œuvre à l'échelle mondiale par Microsoft pour le faire adopter par les utilisateurs (avec la complicité des constructeurs qui voyaient là une manière de vendre de nouvelles machines puisque Vista, à performances égales que XP, nécessitait bien plus de puissance). Je n'ai pas de chiffres exacts mais j'ai comme l'impression qu'en deux ans, le Mac et GNU/Linux ont pour ainsi dire doublé leurs parts de marché (à la louche, les uns passant de 5% à 10% et les autres de 0,5% à 1%). Cela aura également mis en avant le caractère nuisible de la vente liée sans lequel Microsoft n'aurait pu éviter le naufrage. Et ne parlons pas du phénomène des netbooks totalement incapables d'accueillir le mammoth Vista et qui aura rallongé d'autant l'existence de XP à la mort maintes fois programmée et maintes fois repoussée. Soit dit en passant, quelle dommage que l'école française ait fait comme si de rien n'était et n'en ait pas profité pour l'étudier de plus près et en tirer quelques salutaires

enseignements comme le rapport Becta le suggérait en Angleterre.

Aujourd'hui sortent à la hâte les premières versions bêtas publiques du prochain système d'exploitation de Microsoft, Windows 7, qui donne un peu le coup de grâce à Vista puisque nombreux vont être les utilisateurs restés sous XP à l'attendre sans passer par la case Vista. Nous verrons bien ce que cela donnera mais nul doute que Vista aura grandement contribué à ce que le colosse Microsoft se découvre encore plus vite que prévu des pieds d'argile.

## **BadVista : Bref mais intense**

**Badvista: We hardly knew ye**

*John Sullivan - 9 janvier 2009 - BadVista.org*

*(Traduction Framalang : Don Rico et Goofy)*

Le 15 décembre 2006, la FSF lançait sa campagne BadVista.org pour défendre la liberté des utilisateurs, se dresser contre l'adoption du nouveau système d'exploitation Windows Vista de Microsoft, et promouvoir les alternatives libres. Deux ans plus tard, notre campagne a mobilisé près de 7000 partisans enregistrés, aux yeux du public le nom de Vista est synonyme de fiasco, et aujourd'hui nous déclarons victoire.

À l'instar de Joan Benoit Samuelson, championne olympique de marathon, nous considérons les victoires comme des « jalons le long d'une très longue route ». Nous n'avons pas encore convaincu tous les utilisateurs de Windows, ni même les utilisateurs de Vista, de passer à un système d'exploitation totalement libre tel que gNewSense. Nous avons encore beaucoup de pain sur la planche et de nombreuses bornes à franchir. Néanmoins, la campagne BadVista a été initiée avec des objectifs précis, et tandis que nous y mettons un terme, nous tenons à faire connaître et à célébrer ce que cette campagne et ceux qui l'ont soutenue ont permis d'accomplir.

En premier lieu, nous avons réussi à créer un point d'entrée où les personnes intéressées par Vista pouvaient apprendre l'existence de solutions alternatives libres. Les utilisateurs potentiels de Vista qui tapaient « windows vista » dans un moteur de recherche populaire obtenaient et obtiennent toujours BadVista.org sur la première page de résultats. Par sa tentative de forcer les utilisateurs à abandonner les versions antérieures de Windows pour Vista, Microsoft nous a

fourni l'occasion de suggérer aux utilisateurs que s'ils étaient prêts à prendre la peine de changer de système d'exploitation, décision contre laquelle la crainte du changement œuvre souvent, alors ils feraient bien mieux d'opter pour GNU/Linux.

Nous avons ainsi réussi à transformer le pilonnage marketing sans précédent de Microsoft en occasion de faire découvrir le logiciel libre à des milliers de personnes. La preuve en est, sur notre page Free Software Free Society, un appel publié dans le cadre de notre campagne contre Vista qui a été signé par plus de 1600 particuliers, mais aussi par des organisations extérieures au monde du logiciel, tels le Green Party, Friends of the Earth International, People & Planet, New Internationalist et Legambiente.

Nous avons également contribué à dénoncer les restrictions que Vista impose à ses utilisateurs. Dans notre section Vista Watch, nous avons regroupé plus de 250 articles de presse évoquant le nouveau système de Gestion des Restrictions Numériques Digital Restrictions Management de Vista, ses failles de sécurité, ainsi que les multiples problèmes inhérents à son statut de logiciel propriétaire. Outre rassembler ces articles, nous avons joué un rôle de source d'informations aux journalistes qui écrivaient sur Vista, leur fournissant des réponses franches concernant ses restrictions qu'ils n'auraient jamais obtenues de Microsoft.

Les actions menées lors de cette campagne, parmi lesquelles des manifestations dans Times Square à New York et près du Fenway Park à Boston, ont contribué à maintenir ces inquiétudes au cœur de l'actualité et à contrer la propagande servie à ceux qui assistaient aux événements organisés par Microsoft. Grâce aux opérations organisées d'étiquetage que nous avons menées sur Amazon, ceux qui envisageaient d'acquérir une copie de Vista sur ce site ne pouvaient passer à côté des renseignements concernant les restrictions qu'il impose.

Deux ans plus tard, il est évident que Vista a manqué le coche pour bénéficier d'une adoption massive. Particuliers, gouvernements, grandes entreprises, universités et organisations, tous ont massivement fait l'impasse sur Vista, voire carrément abandonné Microsoft. Une étude récente, par exemple, indique un taux d'adoption de 6% seulement par les entreprises. Le fait que Microsoft ait à maintes reprises repoussé la fin de la commercialisation de XP et publie déjà une bêta publique de Windows 7 constitue la preuve irréfutable de l'échec de Vista. Pour les entreprises qui ont adopté Vista, elles l'ont souvent fait contraintes par des contrats de support coercitifs imposés par Microsoft. Il va falloir du temps

aux utilisateurs pour se libérer de ces accords, et c'est un aspect de notre mission à long terme que de les y aider.

Merci à tous pour avoir fait de cette campagne un succès. Nous retirons à présent le site du Web et mettons un terme à cette campagne pour consacrer nos efforts et nos ressources à de nouvelles campagnes qui nous permettront d'atteindre les prochains jalons sur la route menant à un monde où tout un chacun pourra choisir sans risque le logiciel libre. Galvanisés par cette réussite, nous aurons besoin que vous continuiez à nous prêter votre énergie et votre créativité afin que nous puissions ensemble empêcher les logiciels propriétaires d'empiéter sur nos libertés. BadVista.org aura non seulement permis de faire avancer cette cause mais également permis de mesurer nos forces pour les actions à venir.

## Notes

[1] Crédit photo : Johnsu01 (Creative Commons By-Sa)

---

# De l'évidence du choix Microsoft à l'Éducation Nationale

Outre la question des formats, le problème avec les sites de vidéos en ligne c'est qu'on ne sait jamais trop bien d'où provient la ressource et sous quelle licence est autorisée la diffusion (quand elle est autorisée !). Toujours est-il que je suis tombé sur une vidéo qui s'apparente fort à un reportage de promotion interne de Microsoft dans le secteur éducatif.

La société nous présente là en effet sa solution ENT-E dans le cadre des Espaces numériques de travail (ENT) qui commencent à se déployer un peu partout dans les académies.

Il y a aurait beaucoup à dire sur ces ENT, à commencer par rappeler qu'on en parle depuis plus de cinq ans, mais ce sera l'objet d'un futur billet. En attendant je vous laisse juge de la manière dont Sylvain Geron, Manager Éducation et

Recherche chez Microsoft France, nous vend le sien :

*Concrètement l'ENT-E c'est un portail web qui permet au chef d'établissement, à l'élève, à ses parents d'échanger entre eux des contenus. Par exemple le professeur peut mettre des contenus relatifs à un TP sur internet, l'élève peut les préparer depuis chez lui, peut poser des questions, le parent peut suivre le travail de l'élève, regarder ses notes... Le chef d'établissement peut faire des statistiques sur les notes ou vérifier les taux de présence des différents élèves dans l'établissement. Finalement l'ENT-E permet à toutes ses catégories de personnes de se retrouver ensemble autour de l'élève sur internet.*

Puis une voix off qui tourne brillamment autour du pot du logiciel libre :

*Microsoft propose aux collectivités territoriales une solution adaptée à leurs besoins grâce à un code spécifiquement développé pour créer un ENT. La preuve en est la mise à disposition gratuite de ce code spécifique, la possibilité de modification et de distribution dans les académies.*

Et Sylvain Geron d'ajouter :

*L'ENT-E s'appuie sous le code qui a été développé sur des briques de bases des produits Microsoft, et bien évidemment plus de gens utiliseront l'ENT-E plus les produits Microsoft sous-jacents seront utilisés.*

Cela va sans dire mais cette franchise vous honore...

Mais ce qui a provoqué la rédaction de ce billet c'est l'ultime intervention que nous devons à Claudine Colomina, conseillère pour les TIC à l'académie de Montpellier, qui répondait visiblement à la question du choix Microsoft :

*Pourquoi Microsoft ? Heu... Le problème ne s'est... on en a souvent discuté... le problème ne s'est absolument pas posé dans l'Académie. Il était évident que l'on voulait travailler sur des outils pérennes, sur du solide, que nous n'avions pas d'équipes de développement qui nous permettaient de travailler sur du libre par exemple, qu'il fallait un suivi dans toutes les activités, dans tout ce que l'on allait construire. Et il n'a jamais été question d'envisager un autre partenariat qu'avec Microsoft pour ce faire.*



Et voici enfin la vidéo dont il est question dans tout ce billet :

Si un enseignant initié de Montpellier (ou d'ailleurs) passe par là, nous le remercions par avance des précisions qu'il pourrait apporter, parce que cette histoire « d'équipes de développement permettant ou non de travailler sur du libre » ne me semble pas très claire...

*Edit du lundi 12 janvier : « L'initié » est bien intervenu en la personne de Benjamin Clerc qui précise dans les commentaires : « Je suis dans l'académie de Montpellier, chargé de mission à la Matice. Cette vidéo date ... Mme Colomina est à la retraite depuis plus d'un an et c'est bien une solution libre qui a été retenue dans l'académie de Montpellier (en relation avec les académies de Bordeaux, Orléans et Lille), basée sur e-sup portal. »*

---

## La campagne d'Obama et l'Open Source

Le sujet du jour c'est Obama et, j'ouvre les guillemets, « l'Open Source ».



Nombreux sont les observateurs qui ont en effet remarqué l'usage pointue des nouvelles technologies réalisé à cette occasion par le candidat victorieux. Certains allant même jusqu'à se demander dans quelle mesure cela n'a pas été un atout déterminant dans la campagne (contre McCain mais également *contre* Clinton). Déterminant aussi bien pour créer la dynamique, communiquer, faire adhérer au projet, coordonner les manifestations sur le terrain et, last but not

least, lever des fonds.

Il y a souvent confusion entre Open Source et Web 2.0 mais il nous a semblé tout de même intéressant de solliciter Framalang pour d'abord un petit sous-titrage vidéo faisant une originale référence à l'un des ouvrages les plus célèbres du logiciel libre, la Cathédrale et le Bazar de Eric S. Raymond, puis ensuite un article plus détaillé au cœur des équipes techniques de la campagne<sup>[1]</sup>.

## La Cathédrale, le Bazar, et Obama

Le journaliste Alex Castellanos sur CNN le 5 novembre dernier :



—> La vidéo au format webm

(Sous-tirage : Xavier et Yostral)

## La dynamique Open Source derrière la campagne d'Obama

### The Open Source Force Behind the Obama Campaign

Doc Searls - 24 novembre 2008 - Linux Journal

(Traduction Framalang : Olivier et Yostral)

JFK a dit un jour « La victoire à cent pères, mais la défaite est orpheline ». Je viens donc aujourd'hui réclamer moi aussi la paternité du succès de la campagne d'Obama au nom de tous les fans de Linux. Les geeks n'étaient pas seuls évidemment, mais ils ont joué un rôle majeur.

J'étudie ce rôle depuis que j'ai couvert la campagne présidentielle d'Howard Dean en 2003-2004 pour le Linux Journal. Pour vous rafraîchir la mémoire je vous conseille les lectures suivantes : Saving the Net, The Syndication Solution, Letters from the Campaign Pressure Cooker, Hacking Democracy, Lessons on Open Source Politics from the Campaign Forge, dans cet ordre.

Quand on s'est aperçu que les geeks étaient sérieusement impliqués dans la campagne d'Obama, une mission m'a été confiée : assurer la couverture de l'évènement pour le numéro de novembre 2008 du Linux Journal. Ce numéro devait sortir fin octobre, donc juste avant les élections.

Je m'y suis donc attelé. Après un intense travail de recherche et d'écriture et après avoir réduit ma prose à 3000 mots, nous nous sommes rendus compte que nous avions déjà largement assez d'articles traitant de Linux pour ce numéro et mon article a donc été mis de côté pour après les élections... et nous voici donc maintenant après les élections.

Plutôt que de mettre à jour l'article avec des données ou des citations plus récentes j'ai décidé de le publier tel que je l'avais écrit en août. A ma grande surprise son contenu n'est pas périmé. Je crois même qu'il touche à quelque chose d'important, une chose parmi tant d'autres, alors que l'Histoire était en marche. On s'en doutait à l'époque. On le sait maintenant.

Voici l'article :

*Le 11 août 2008*

Depuis l'avènement des médias de masse, le point crucial des campagnes politiques, surtout pour les campagnes présidentielles, a été de donner une image aux candidats. Vous dépeignez de vous-même un portrait flatteur tandis que vous dépréciez l'image de votre opposant. Durant le « cycle » de campagne présidentielle de 2008 (comme les professionnels le nomme), le candidat qui a réussi à se forger la meilleure image jusqu'à maintenant (au moment de l'écriture à la mi-août) est certainement Barack Obama. Advertising Age dit dans « What Obama can teach you about millennial marketing » (*NdT : Une leçon de marketing ciblant la génération connectée par Obama*) : « ...la dévotion vouée à certaines marques par la génération connectée, que l'on parle de technologie, de boisson ou encore de mode, a fait de cette décennie un âge d'or du marketing pour ceux qui savent ce qu'ils font ». Et : « ...concernant le marketing, la campagne de

Barack Obama sait ce qu'elle fait. La gestion de la marque *Obama*, du jamais vu lors d'une campagne présidentielle, montre une compréhension parfaite des rouages pour attirer les jeunes votants... Ce sont à la fois le produit à vendre et la manière de le vendre qui sont à l'origine de ce succès. »

Et c'est là que me revient à l'esprit la distinction que fait Isaac Asimov (dans le deuxième volet de la trilogie *Fondation*) entre « la réponse qui satisfait » et « la réponse qui était vraie ». Le succès de la campagne d'Obama jusqu'à maintenant ne repose pas entièrement sur la création d'une marque, sur la démographie ou même sur la politique telle que nous l'avons connue pendant trop longtemps, loin s'en faut. Il repose principalement sur l'usage de la technologie pour permettre à la démocratie de fonctionner.

L'histoire commence en 2001, quand un conseiller politique du nom de Joe Trippi s'est engagé en tant que conseiller de la firme Progeny, une entreprise dirigée par Ian Murdock donc le prénom est la deuxième moitié de *Debian*. Deux ans plus tard Joe dirigeait la campagne de Howard Dean. Le succès de cette campagne est largement dû à l'utilisation intelligente (et bon marché) d'Internet... et aussi à beaucoup de trucs open source de geeks. « Je me suis toujours demandé comment on pourrait transposer cette collaboration qui fait avancer Linux et l'open source pour l'appliquer ici », confiait Joe à Larry Lessig en 2003 au cours d'une interview. « Qu'est ce que cela donnerait si l'on pouvait y parvenir et qu'on implique tout le monde dans une campagne présidentielle ? » Quand Larry demanda à Joe si cela faisait de la campagne de Dean un campagne open source Joe répondit « Oui... je suppose qu'elle est aussi ouverte que peut l'être une campagne dans le monde politique actuel. »

Dans son blog, Ian Murdock écrit de Joe : « Après juste une heure de discussion avec lui, Joe comprenait le mouvement open source aussi bien que moi et il a aussi réussi à me faire voir des choses que je n'avais pas vues en 8 ans. »

La première fois que j'ai rencontré Joe c'était par vidéo interposée lors d'une session de chat. Le visage de Joe est apparu sur l'écran de mon portable en Californie tandis que le mien était sur le portable de Britt Blaser, l'ordinateur qu'il trimballait dans les couloirs et les salles de conférences du quartier général de campagne de Dean à Burlington dans le Vermont, un peu comme s'il était un serveur, mais avec un plateau qui parle. Cette visite a été si efficace que je me sentais déjà à l'aise dans le bâtiment quand j'y suis arrivé au plus profond de

l'hiver, quand l'énergie de la campagne était à son paroxysme : mi-janvier 2004, la veille du caucus de l'Iowa.

Je garde en mémoire quelques souvenirs en particulier de cette visite. Par exemple celui de Nicco Mele qui s'occupait des racks de serveurs et d'autres appareils électroniques tournant sous LAMP et qui pestait contre le bordel que c'était de faire cohabiter les différents groupes au niveau des états et au niveau local sachant que chaque groupe possédait son propre système informatique créé de toute pièce, ce qui s'avéra être plus un problème qu'une *solution*. Je me souviens également de Zack Rosen, assis sur une boîte dans le coin d'un bureau avec trois ou quatre autres geeks entrain de hacker quelque chose dans Drupal. Zack s'est lancé dans la campagne avec le site HackersForDean (les hackers en faveur de Dean), qu'il a créé avec Josh Koenig. Un autre souvenir est celui de Daver Winer, il travaillait sur ce qu'il appelle « un projet de flux RSS très intéressant qui doit être lancé juste à temps pour les résultats du caucus de l'Iowa lundi soir ». Dans un message daté du même jour (le 17 janvier), Dave ajoute « Je reste neutre quant aux candidats à l'élection présidentiel. J'ai mes opinions, mais elles n'ont rien à faire dans mon travail technique. Je crois que les outils politiques doivent rester agnostiques. »

Maintenant que j'y repense je pense que j'ai assisté à l'équivalent en politique d'un club d'adeptes de trains miniatures ou d'un club de programmation maison. C'est là qu'est né un nouveau mouvement où l'on met vraiment la main à la pâte. Pour Britt Blaser c'est même « la première campagne dirigée comme un service Web plutôt que comme une campagne marketing disproportionnée ».

Dean s'est retiré de la course après avoir perdu l'Iowa, mais ce ne sont pas les techniciens ou leur code qui se présentaient. C'est à ce moment là que la « Diaspora Dean » s'est attelée à améliorer la démocratie grâce à des technologies libres et ouvertes.

L'un des membres de cette diaspora était Jascha Franklin-Hodge. « De retour à Boston j'ai commencé à reprendre contact avec des amis que j'avais ignoré pendant 6 mois » me racontait Jascha. « Et les gens n'arrêtaient pas de me dire : Ah, tu as travaillé pour Howard Dean, c'est super ! Je me suis rendu à des réunions et je suis devenu volontaire de l'antenne régional du partie démocratique. J'ai fait du porte à porte.. Ce sont des gens qui ne se sont pas contentés de supporter un candidat. Ils voulaient aussi trouver leur propre

opinion politique, leur propre talent civique. »

Jasha a donc monté un petit groupe avec trois autres vétérans de la campagne pour Dean ; Clay A. Johnson, Joe Rospars, and Ben Self ; et il a lancé Blue State Digital. Dans un article paru dans le numéro de juin 2008, Business Week voyait Blue State Digital comme « l'arme secrète d'Obama ». En juillet, les efforts de Blue State étaient déjà à l'origine de plus de 200 millions de dollars de dons faits en ligne, de 75 000 évènements de campagne et comptaient plus d'un million d'utilisateurs. D'ici à ce que vous lisiez cet articles ces chiffres auront encore largement augmenté.

J'ai pris connaissance du travail réalisé par Blue State Digital pour la campagne Obama le 3 juin dernier par le biais d'un e-mail me redirigeant vers une publicité MyBO intitulée *techinterest?foo*. Cette publicité visait le recrutement de « développeurs Web exceptionnellement talentueux » possédant « une bonne connaissance des processus de développement LAMP et de leur bonne utilisation, expérience dans le déploiement à grande échelle d'applications Lamp, expérience requise dans la mise au point d'applications en PHP et MySQL et une bonne connaissance des performances de MySQL et de l'optimisation des requêtes » et enfin « utilisateur avancé voir expert en CSS, Javascript et Ajax ». L'e-mail précisait également que le site de campagne de McCain tournait sous Windows.

Mais Blue State n'avait pas vraiment besoin de cette publicité. Jasha me l'explique en ces termes : « Le travail que nous réalisons nous confère un énorme avantage lorsque nous sommes à la recherche de talents. Ce que nous faisons est bien plus important aux yeux de nombreux développeurs que de créer un logiciel pour une banque. Nous souhaitons que des geeks soient heureux en se réveillant le matin et qu'ils se disent *Je construis aujourd'hui quelque chose que des millions de personnes utiliseront demain pour aider à changer le monde.* »

La campagne Obama ne s'appuie pas trop sur les « réseaux sociaux » comme Facebook ou MySpace. Mais elle excelle dans l'utilisation du réseau pour rendre la campagne sociale dans le monde réel.

Quand je me rends sur MyBO et que je recherches les évènements qui ont lieu dans un rayon de 40 km autour de chez moi je reçois 64 réponses. On y retrouve : des groupes organisant des rencontres, des concerts, des *soirées discours*, des réunions aux marchés du terroir et aux fêtes foraines, des levées de fonds

auxquelles participent des grands noms, des pique-niques ou des barbecues paroissiaux, des marches pour s'enregistrer sur les listes de vote, du co-voiturage, des rallyes de groupes de jeunes, des cafés organisés par des anciens de l'école... la liste est interminable. Et tout ceci juste pour le mois à venir. Chaque événement est repéré par un petit symbole sur une carte en ligne. Trois boutons surplombent la liste et la carte : un bouton KML vert pour Google Earth, un bouton XML orange pour les flux RSS et un bouton iCAL vert pour ajouter ces dates à votre calendrier.

À droite de la carte se trouve la colonne *my.BarackObama*. Du haut vers le bas on retrouve *Mon tableau de bord*, *Mon quartier*, *Amis*, *Évènements*, *Messages*, *Groupes*, *Levée de fonds* et *Mon Blog*. Les six derniers sont des menus accompagnés d'un petit « + ». Déroulez ces menus et vous découvrirez 18 façons d'entrer en contact avec d'autres personnes ou de vous engager dans la campagne... voire les deux. Et malgré tout il reste encore beaucoup d'espace inutilisé. La page est conçue pour être rapide, agréable, simple et propre.

Si je me rends sur le site Web de campagne de McCain et que je recherches les événements se déroulant dans le même rayon de 40 km autour de chez moi je reçois 16 réponses : 13 enjoignent les gens à s'engager dans des centres d'appels ou par d'autres manières et 3 concernent des fêtes organisées par des individus pour le même « jour national », chacune construite sur le même modèle.

Évidemment ces résultats sont très partiels car le Massachusetts est non seulement un état très bleu mais c'est aussi là qu'est basé Blue State Digital.

J'ai donc refait le test pour le 85018, le code postal d'un quartier en plein centre de Phoenix : le cœur même du pays McCain. J'obtiens 23 réponses pour des événements pour Obama et 16 pour McCain. On y retrouve la même variété pour Obama que dans les environs de Boston. Pour McCain on dirait qu'ils ont utilisé un tampon. 13 fêtes sont organisées (principalement par les gens eux-mêmes) pour le même « jour national » qu'à Boston. On dirait qu'ils sont tous sortis du même moule. Trois sont prévus à d'autres dates, parmi ceux-ci deux concernent les vétérans.

Quel est le secret de Blue State alors ? Et quelle est la part de Linux et de l'Open Source dans tout ça ? Voici la réponse de Jascha :

« *Nos outils donnent la parole à la créativité des utilisateurs. Si on prend les*

*systemes d'organisation d'évènements par exemple. Par le passé ils étaient conçus pour qu'une association puisse mettre en ligne son calendrier officiel. C'est très bien, mais c'est loin d'être aussi intéressant que de permettre à vos supporteurs de créer leurs propres calendriers. Nous avons donc mis au point des outils dont la priorité première est d'aider les visiteurs du site à organiser une soirée, un grand ramassage d'ordures le long des routes en portant un t-shirt pour leur camp : de l'évènement le plus mondain au plus innovant. Nous voulions faciliter la création de manifestations, leur planification, augmenter leur visibilité, permettre la gestion des réponses et aider les gens à organiser leurs propres levées de fond.*

*Les deux services dont nous faisons le plus usage pour les évènements sont les cartographies de Google et de Yahoo ainsi que leurs API de géolocalisation. Nous utilisons votre adresse pour vous géolocaliser grâce à la longitude et la latitude et nous mettons ces informations à profit pour vous communiquer les évènements proches de chez vous.*

*Nous possédons beaucoup de bases de données d'informations géographiques. Comme par exemple le centre d'un ZIP+4 désigné par sa longitude et sa latitude. Nous rentrons également les congressional districts (NdT : zone électorale qui désigne un membre du congrès) pour y regrouper les codes postaux, les informations concernant les sondages, les tracts de sondages, les numéros des pâtés de maison... Si vous remplissez un formulaire d'inscription nous ne vous demandons pas de renseigner toutes ces informations. Si vous faites un don plus tard nous aurons votre adresse à ce moment là si vous ne souhaitez pas la donner tout de suite.*

*Nous travaillons avec LAMP : Linux, Apache, MySQL, PHP. Nous utilisons beaucoup de bibliothèques et d'outils Open Source comme par exemple YUI et Ext qui sont des bibliothèques d'interfaces utilisateur en javascript. Nous comptons parmi nous le créateur du projet Horde qui est un gros cadre de développement PHP Open Source.*

*On ne cherche pas à ré-inventer la roue. Par exemple, nous n'écrivons pas notre propre bibliothèque de connexion à la base de données. Nous nous servons de ADOdb, l'une des bibliothèques les plus populaires pour PHP, et de Python aussi. Nous utilisons PEAR, qui est la bibliothèque d'outils PHP. Les modules PEAR nous rendent un fier service pour tout, depuis l'envoi d'e-mail à la mise en cache...*



*On se sert aussi d'outils comme memcached et des utilitaires de surveillance Open Source.*

*Chez nous les flux RSS sont omniprésents : évènements, blogs... ils nous sont également utiles pour relier en interne des parties de notre propre système, comme par exemple partager des informations entre deux systèmes clients ou entre deux parties de notre système. A chaque fois que c'est possible nous tentons de construire ces points d'échange en respectant les standards. S'ils doivent être ouverts, ou si un client demande un accès direct, nous répondons : pas de problème, utilisez la librairie RSS de votre choix.*

*Si nous travaillons avec un outil et que nous y ajoutons une fonctionnalité importante ou que nous corrigeons un bogue, nous le partageons évidemment avec les développeurs du projet.*

*L'interface d'utilisation est, quant à elle, entièrement construite sur-mesure pour des organismes politiques ou à but non lucratif... ou n'importe-qui désirant s'engager dans un projet avec un but en tête. »*

Alors que la campagne Obama monopolise l'attention, d'autres hackers de l'équipe initiale, celle de Dean, s'affèrent à travailler sur quelque chose que Obama et McCain ont tous les deux défendus en tant que sénateurs : une gouvernance transparente et responsable. Témoignage de Greg Elin, spécialiste des données à la Sunlight Foundation et pour tous les organismes qu'elle supporte (OpenCongress.org, Congresspedia.org, FedSpending.org, OpenSecrets.org, EarmarkWatch.org, LOUISdb.org...) :

*« Presque tous nos projets sont Open Source, mais il arrive qu'on modifie un peu le code et ça prend du temps pour le publier. On n'est pas loin d'avoir convertit tous nos groupes à l'Open Source : MySQL, PostgreSQL, Apache, ... La structure est rapidement adoptée : Rails, Django, Symfony...*

*Dernièrement je m'intéresse plus particulièrement aux scripts dynamiques, ce que j'appellerai des ensembles de données "débiter et terminer" en opposition à ce que Jeff Jonas appelle des ensembles de données entreposer et empiler. Les scripts dynamiques c'est ce qui fait Unix ! C'est à dire que chaque application a des données d'entrée et des données de sortie. Nous laissons derrière nous le monde des bases de données-crée-rapport pour entrer dans le monde des RSS*

*en entrée et RSS en sortie.*

*Voici deux exemples de flux. Une base de données Sunlight, LouisDB.com, épluche le Congressional Daily Record quotidiennement, transformant son contenu en un fichier XML. Garrett Schure (développeur chez Sunlight Labs) et Josh Ruihley ont mis au point un algorithme de comptage de mot pour présenter le Mot du Jour du Congress et le microsite <http://capitolwords.org>, site qui date de 2001 et qui dispose d'un flux RSS, d'API et d'un widget que les gens peuvent incorporer à leur site. Louisdb.com facilite la recherche du contenu du Congressional Record. Un script est même disponible maintenant pour en faire du contenu pour Tweeter que d'autres peuvent utiliser aussi. Le deuxième exemple vient de MySociety: **TheyWorkForYou**. En analysant les archives quotidiennes du parlement et les votes il dresse un portrait de qui fait quoi au parlement. Et enfin, de nombreux sites s'appuient sur le travail de Josh Tauber <http://govtrack.us> b/c. Josh rassemble toutes les données qui ont trait aux lois votées au Congrès et les transforme en XML. Les données de Josh sont ouvertes, tout comme son code. C'est une contribution énorme. »*

Et que devient Howard Dean ? Tout va bien pour lui, en 2005 il est devenu président du comité national démocratique. Son ancien site de campagne, DeanForAmerica, s'est doucement transformé en DemocracyForAmerica, qui soutient de nombreux candidats et non plus un seul. Jascha nous raconte : « Il a rassemblé toutes ces personnes, dont certaines avaient pris les rênes de leur antenne locale du parti démocrate, et les a aidé à canaliser cette énergie et cet esprit citoyen dans le but de faire élire les candidats défendant la démocratie et le progrès dans tout le pays. Ils ont fait des levées de fond. Ils ont mis en marche le bouche à oreille, coordonné les volontaire. Ici même à Boston un conseiller municipal, Sam Yoon, a emporté son siège haut la main grâce au formidable support de DFA. Tous ceux qui ont fait campagne pour Dean sont devenus des supporteurs de Yoon. »

**Britt Blaser :**

*« Avant Dean, les hommes politiques ne savaient pas qu'Internet avait été créé par des "makers" et non pas par des "machers", terme politique qui désigne ces personnes qui naviguent en politique grâce à leur influence, l'argent et l'intimidation. L'équipe de campagne de Dean, ses "makers", est la graine d'une*

*nouvelle classe d'experts en politique, une nouvelle classe qui se concentre sur les moyens et non sur la fin. Tout comme les hackers de Linux, les makers de Dean ont agi comme un guildes plutôt que comme des partisans et de la même manière ils se sentaient plus proches des personnes qui ne participaient pas à la campagne que de leurs supérieurs. Puisqu'ils sont tous volontaires, l'idée de supérieur ne signifiait pas grand chose à leurs yeux. Ils étaient à la recherche de collaborateurs en dehors de la campagne avec un objectif politique en tête. Mais les outils qu'ils ont élaborés s'accordent particulièrement bien avec les objectifs gouvernementaux puisque tout problème devient une loi après une campagne réussie pour les cœurs et les esprits et l'argent. »*

Ce qui est très bien, mais est-ce suffisant. De tous les contacts que j'ai eu avec des anciens de la campagne de Dean, il y en a un qui se démarque des autres, celui avec Liza Sabater. Elle se plaignait du dernier né : CivicSpaceLabs (une création de Zack Rosen et d'autres personnes) et elle n'était pas la seule. Sa synergie avec Drupal a fait des merveilles et ce n'est pas tout.

« La vérité est qu'il n'existait aucun autre projet Open Source dont les promesses arrivaient à la cheville de celles de CivicSpaceLabs » nous dit Liza. « Et c'est là, à mes yeux, la différence fondamentale entre les élections de 2004 et de 2008. Malgré tout ce qu'on peut dire à propos de la campagne Obama, qu'elle s'appuie sur le net et qu'elle est avant-gardiste, le code du site est quand même propriétaire. Et je ne prédis pas d'ouverture du code pour que n'importe qui puisse répliquer ce qu'ils ont créé. Il en va de même d'ailleurs pour MoveOn.org, Democracy For America et même des outils d'organisations créés par le DNCC. »

Aucune des deux campagnes ne laissent une bonne impression à Phil Windley, ancien président de Utah : « Ce que je vois, c'est que le Net est perçu comme un grande média de diffusion de masse avec une tirelire intégrée. »

Greg Elin met ce déséquilibre en perspective :

*« Les programmeurs et technologues qui ont grandi avec le Web et l'Open Source ont commencé à entrer dans l'arène politique, ou e-politique, ces dernières années et ils amènent avec eux les outils et les pratiques de l'Open Source et du Web 2.0. Ils collaborent, et des fois font concurrence, des technologues déjà en place qui était souvent des activistes qui ont appris à se servir d'abord des feuilles de calculs, des bases de données et de la publication*

*et ensuite du Web pour faire passer leurs messages. Nous assistons donc à une geek-i-fication générale, des campagnes aux groupes gouvernementaux et même du gouvernement lui-même. Plus d'Open Source. Plus de structure. Plus de communication entre les développeurs. C'est encore loin d'être beau et lisse, mais une chose est sûr, on y arrive progressivement. Le point de non retour a été atteint maintenant en politique, la seule question qui reste en suspend concerne l'impact que cela aura. »*

Dans une démocratie les candidats ne devraient pas être vendus comme des produits ou des marques. L'image compte, mais elle reste superficielle. La substance de la démocratie est ce que les hackers ont appris sur la durée : la liberté de faire, la liberté d'être, l'ouverture, la générosité et la responsabilité constructive. Le meilleur code n'est pas celui qui gagne, c'est celui qui marche. Il nous faut poursuivre cet effort maintenant et il nous faut l'enseigner aussi.

## **Notes**

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