

# Des ponts entre les hommes (Libres conseils 42/42)

Voici traduit en français le dernier épisode du recueil de conseils OpenAdvice, Notre expérience collaborative sur le pads de traduction s'est avérée un marathon (presque 42 kilomètres aussi) parcouru quelquefois au grand galop par une quasi-centaine de relayeurs. Merci à tous ceux qui sont passés parfois pour risquer un mot ou une phrase, parfois pour dévorer des paragraphes entiers, voire pour devenir des habitués indispensables d'une séance à l'autre.

L'aventure toutefois n'est pas terminée, des membres de Framalang vont maintenant réviser l'ensemble des traductions réunies [sur la plateforme Booktype](#), et préparer un .PDF qui sera lui-même révisé avant le Framabook qui devrait paraître... quand il sera prêt.

Il est un peu tôt pour annoncer les dates avec certitude, mais Paris en mai et Bruxelles en juillet auront la primeur de la publication. [Restez tunés !](#)

\* \* \* \* \*

Traduction Framalang : [Ouve](#), [Julius22](#), [Sphinx](#), [AC!63](#), [jcr83](#), [goofy](#), [peupleLà](#), [merlin8282](#), [Sinma](#), [tcit](#), [SaSha\\_01](#), [lamessen](#), [Sky](#), [jpierre03](#)

## Lancer des ponts

**Shane Coughlan**

*Shane Coughlan est un expert en méthodes de communication et en développement d'affaires. Il est surtout connu pour créer des passerelles entre les différentes parties, commerciales et non commerciales, dans le secteur des technologies. Au plan*

*professionnel il a œuvré avec succès pour la création d'un département juridique pour la Free Software Foundation Europe (FSFE), la principale organisation non gouvernementale pour la promotion du logiciel libre en Europe. Il a également contribué à l'établissement d'un réseau professionnel de plus de 270 experts juridiques et techniques à travers 27 pays, à la fondation d'un projet d'outil de conformité de code binaire. Il a travaillé à rapprocher intérêts privés et communautaires pour le lancement du premier examen critique d'une loi dédiée au logiciel libre et open source. Shane a une connaissance étendue des technologies de l'Internet, des bonnes pratiques de gestion, de la construction de communautés et du logiciel libre et open source.*

Lorsque j'ai commencé à travailler dans le logiciel libre, j'ai été frappé par ce qui était perçu comme une différence entre les parties prenantes « communautaires » et « commerciales » dans ce domaine. Selon l'opinion largement admise à l'époque, les développeurs s'intéressaient au bidouillage du code et les commerciaux utilisaient leur travail de manière contestable s'ils n'étaient pas surveillés de près. C'était une supposition relativement infondée et presque entièrement défendue par des gens qui s'identifiaient à la communauté plutôt qu'à ceux qui se préoccupaient davantage des intérêts commerciaux. Mais elle était très répandue.

Bien que je sois principalement associé à la partie communautaire des choses, j'ai résisté à l'idée selon laquelle il y aurait deux camps intrinsèquement ennemis se faisant face à propos de l'avenir du logiciel libre. Cela semblait trop simple pour décrire les dynamiques de contribution, d'utilisation et de support comme une interaction entre les nobles créateurs et les sournois téléchargeurs de gratuit. Cela semblait en effet plus être une situation dans laquelle la complexité, les changements et l'incertitude avaient conduit à la création de récits simplistes destinés à rassurer

un peu ceux qui sortaient de leur position confortable. Je pouvais ressentir la tension ambiante, entendre les querelles autour des stands lors des rencontres et les commentaires acerbes ou bien les montées en pression dans les conférences. Mais que signifiait tout cela ?

Que nous parlions de contribution à des projets de logiciels libres, de gestion de projet ou de respect des licences, les relations entre les parties prenantes s'accompagnaient souvent de préjugés, d'un manque de communication et d'émotions négatives. Ceci conduisait ensuite à une plus grande complexité, à une augmentation proportionnelle de la difficulté à prendre des décisions unifiées ainsi qu'à résoudre les problèmes. Je savais que l'un des plus grands défis était de jeter des ponts entre les individus, les projets et les entreprises. C'est une étape nécessaire pour assurer une compréhension commune et une communication croisée des règles, des normes et des raisons qui sous-tendent les licences et autres mesures officielles qui régissent ce domaine. Mais le savoir ne suffit pas à trouver le moyen de s'attaquer efficacement au problème.

C'était la période charnière où la [GPLv3](#) était en cours de rédaction. Les technologies fondées sur Linux commençaient à apparaître dans toutes sortes de produits électroniques grand public et le logiciel libre était sur le point de se démocratiser. Il y avait du changement dans l'air et les investissements commerciaux autour des principaux projets de logiciel libre atteignaient des sommets. Tout à coup, on voyait des employés de grandes entreprises s'atteler à des tâches complexes, on avait des fonds importants pour les événements. De nombreux logiciels cessaient d'être une simple question de plaisir et commençaient à connaître les jalons, les livrables, l'assurance qualité et l'ergonomie.

Ce fut probablement un sérieux bouleversement pour ceux qui réalisaient du logiciel libre depuis longtemps : la majeure partie de l'évolution du logiciel libre ne concernait pas

seulement l'exploration et la perfection technique, mais aussi l'interaction sociale. C'était un bon moyen pour des gens intelligents bien que parfois bizarres de partager un intérêt commun, de se lancer des défis et de coopérer au sein de projets bien définis et prévisibles. Tout comme collectionner des timbres, compter les trains ou connaître (par coeur) l'univers de Star Trek, c'était quelque chose qui fédérait des gens avec des centres d'intérêt bien particuliers en leur offrant de surcroît le bénéfice d'une agréable socialisation. Les premiers contributeurs ne s'attendaient sûrement pas à rencontrer là des cadres moyens et un développement orienté vers le volume de production. Pas étonnant que certains s'y soient cassé le nez.

Et pourtant... Tout s'est bien passé. Le logiciel libre est partout et sa position paraît être inexpugnable en tant que composant majeur de l'industrie des technologies de l'information. Des projets comme le noyau Linux ou le serveur Web Apache ont continué à se développer, à innover et à attirer de nouvelles parties prenantes, tant commerciales que non commerciales. L'équilibre des pouvoirs entre les individus, les projets et les entreprises a changé, parfois avec des conflits et des perturbations, mais jamais au détriment d'une coopération sur le long terme, ni en portant préjudice aux valeurs fondamentales du logiciel libre.

De mon point de vue, dans le domaine juridique – qui n'est après tout qu'un langage formel qui fournit un contexte pour l'interaction au travers de règles mutuellement comprises et applicables – la tension dans le logiciel libre ne s'est pas formée avec l'introduction d'une activité commerciale accrue, ni avec la participation grandissante d'employés dans des projets, ni avec le changement lui-même. Le vrai problème réside dans l'écart entre une élite précédente en perte de vitesse et de nouveaux venus parfois très différents.

Le défi était de créer un terrain de jeu équitable où les différents intérêts pourraient coexister dans un respect

mutuel. Le logiciel libre devait devenir un point de rencontre où n'importe qui pouvait à tout moment obtenir des informations comme les compétences appropriées, les obligations d'une licence ou les pré-requis pour la soumission de code à un projet. La subjectivité et l'imprécision devaient être mises de côté pour permettre l'émergence de transactions plus formelles, ce qui agit alors comme le précurseur essentiel d'une forte activité économique, en particulier dans le contexte d'une communauté internationale voire mondiale.

Ce qui a fonctionné dans les premiers jours – qu'il s'agisse de la confiance de quelques-uns ou de l'entente mutuelle d'un groupe homogène ayant des intérêts communs – ne pouvait plus agir en tant que facteur social ou économique pour l'avenir du domaine. Parfois, il semblait que c'était une barrière insurmontable et que les tensions entre les contributeurs de longue date au logiciel libre et les nouveaux acteurs devaient conduire à un effondrement de la coopération et, peut-être, à celui des progrès accomplis. Mais un résultat aussi sombre supposait des conditions qui n'existaient tout simplement pas.

Le logiciel libre a apporté beaucoup de choses à des tas de personnes et d'organisations, en se fondant sur quelques concepts très simples comme la liberté d'utiliser, de modifier, d'améliorer et de partager la technologie. Ces concepts ont permis beaucoup de flexibilité. Et tant que les gens reconnaissaient leur valeur et continuaient à les respecter, les conflits portants sur des points secondaires comme la gouvernance ou les zones d'ombre des licences étaient plutôt sans importance – à long terme. Le reste est principalement du bruit. Les communications habituelles sont dérangées par tous ces pièges dramatiques qui arrivent inévitablement lorsqu'un groupe social est rejoint par un autre. Cela s'applique à toutes les discussions, que l'on parle d'un coin de pêche, d'un pays accueillant (ou non) les immigrants ou de deux entreprises fusionnant.

Les changements au sein du logiciel libre semblaient tous un

peu confus à l'époque, mais ils se décomposent principalement en trois leçons utiles qui seront familières aux étudiants d'histoire ou de sciences politiques. Premièrement, chaque fois qu'il existe une élite, elle cherchera à préserver son statut et parlera du conflit perçu comme une évolution négative dans le but de l'ébranler. Deuxièmement, malgré la tendance inhérente de chaque base de pouvoir à être conservatrice, la participation statique dans un domaine en évolution aura pour seul effet de déplacer la possibilité d'une amélioration des parties existantes vers de tierces parties. Enfin, si quelque chose a de la valeur, alors les difficultés rencontrées en matière de gouvernance sont peu susceptibles de porter atteinte à cette valeur, mais fourniront au contraire une méthode pour redéfinir à la fois les mécanismes de gouvernance et les personnes en mesure de les appliquer.

Le développement du logiciel libre en tant que technologie démocratisée a connu une professionnalisation croissante parmi les développeurs comme dans la gestion de projets. Nous avons aussi vu s'accroître le respect envers les licences de la part des individus, des projets et des entreprises. Ce ne fut pas une mauvaise chose, et malgré quelques moments houleux le long du chemin – que l'on peut choisir parmi les querelles inter-communautaires, les entreprises qui ne tiennent pas compte des termes des licences ou l'agacement causé par un éloignement de l'esprit décontracté habituel – notre position en est consolidée, plus cohérente et de plus grande valeur.

---

## **Le juriste et le logiciel**

# Libre (Libres conseils 41/42)

Traduction : Framalang d'après une [première traduction](#) effectuée par Liu qihao (aka Eastwind) qui remercie François van der Mensbrugge, Catherine Philippe et Ciarán O'Riordan.

## Quelques considérations sur le rôle du juriste dans le domaine du logiciel libre et open source

Till Jaeger

*Le docteur Till Jaeger est collaborateur du cabinet d'avocats [JBB Rechtsanwalte](#) depuis 2001. Avocat diplômé et spécialisé dans le domaine du droit d'auteur et du droit des médias, il conseille autant les grandes et moyennes entreprises du secteur des technologies de l'information que les institutions gouvernementales et les développeurs de logiciels sur des sujets impliquant contrats, licences et usage en ligne. Son travail est orienté vers les contentieux relatifs aux logiciels libres et open source. Il est co-fondateur de l'institut pour l'étude juridique du logiciel libre et open source ([ifrOSS](#)). En outre, il aide développeurs et éditeurs de logiciels dans le processus de mise en compatibilité et en conformité de leurs licences libres. Till a représenté le projet [gpl-violations.org](#) dans plusieurs procès (NdT : devant les juridictions allemandes) dont l'objet portait sur le respect de la GPL. Il a également publié divers articles et livres à propos de questions juridiques sur les logiciels libres et open source. Il a été membre du comité C lors de l'élaboration de la GPLv3.*

Pour commencer, clarifions une chose : je ne suis pas un geek. Je ne l'ai jamais été, et je n'ai aucune intention de le devenir. En revanche, je suis juriste. La plupart des lecteurs

de ce livre auront probablement tendance à éprouver une plus grande sympathie à l'égard des geeks qu'envers les juristes. Cependant, je ne souhaite pas éluder ce fait : la communauté du logiciel libre et *open source* n'est pas nécessairement passionnée par les juristes, elle est trop occupée à développer du code. Cela, je le savais déjà au début de l'année 1999, lorsque nos chemins se sont croisés pour la première fois. Néanmoins, d'autres éléments m'étaient, à ce moment-là, encore inconnus. En 1999, tandis que je terminais ma thèse de doctorat portant sur le droit d'auteur classique, j'évaluais l'étendue des droits moraux. Dans ce contexte, j'ai passé un certain temps à réfléchir à la question suivante : comment les droits moraux des développeurs sont-ils protégés par la licence GPL, étant donné que celle-ci confère aux utilisateurs un droit de modification sur leurs logiciels ? C'est ainsi que je suis entré pour la première fois en contact avec le logiciel libre et *open source*.

À cette époque, les qualificatifs « libre » et « ouvert » avaient évidemment des significations différentes. Mais dans le monde dans lequel je vivais, cette distinction ne méritait pas d'être débattue. Cependant, vu que j'étais libre d'étudier ce qui m'intéressait et ouvert à l'exploration de nouvelles questions sur le droit d'auteur, j'ai rapidement découvert que les deux termes ont quelque chose en commun : bien qu'ils soient effectivement différents, ils sont bien mieux utilisés lorsqu'ils sont ensemble...

Voici trois choses que j'aurais souhaité savoir à l'époque :

Tout d'abord, que mes connaissances techniques, en particulier dans le domaine du logiciel, étaient insuffisantes. Ensuite, que je ne comprenais pas véritablement la communauté et que j'ignorais ce qui importait aux yeux de ses membres. Et cerise sur le gâteau, que je ne connaissais pas grand-chose aux juridictions étrangères, à l'époque. Ces notions m'auraient été précieuses si j'avais pu les aborder dès le départ.



Depuis, j'ai appris suffisamment et, à l'instar de la communauté qui se réjouit de partager ses réalisations, je suis heureux de partager mes leçons (1).

## Connaissances techniques

Comment est formée une architecture logicielle ? À quoi ressemble la structure technique d'un logiciel ? Quelles sont les licences compatibles ou incompatibles entre elles ? Comment et pourquoi ? Quelle est la structure du noyau Linux ? Pour citer un exemple, la question essentielle des éléments constitutifs d'une « œuvre dérivée » selon la GPL détermine la manière dont le logiciel pourra être licencié. Tout élément rentrant dans le champ d'une œuvre dérivée d'un logiciel originaire sous licence GPL doit être redistribué selon les termes de cette dernière. Pour évaluer si un programme constitue une « œuvre dérivée » ou pas, il est nécessaire d'avoir au préalable une compréhension technique approfondie. Ainsi, l'interaction des modules de programmes, des liaisons, des IPC ([Communications inter-processus](#)), des greffons, des infrastructures technologiques, des fichiers d'en-tête, etc. détermine au niveau formel (parmi d'autres critères) le degré de connexité d'un logiciel par rapport à un autre, ce qui aide à le qualifier ou non d'œuvre dérivée.

## Connaissance de l'industrie et de la communauté

Au-delà de ces questions fonctionnelles, l'étendue de mes connaissances des principes régissant le libre était limitée, tant au regard de la motivation des développeurs que des entreprises utilisant du logiciel libre. En outre, je ne connaissais pas son arrière-plan philosophique, et n'étais pas plus familier avec les modalités pratiques d'interactions sociologiques de la communauté. Ainsi, les questions : « Qui est mainteneur ? » ou « Quel est le fonctionnement d'un

système de contrôle de version ? » ne trouvaient pas d'écho à mes oreilles. Or, pour servir du mieux possible vos clients, ces questions sont toutes aussi importantes que la maîtrise des aspects d'ordre purement technique. Par exemple, nos clients nous demandent de nous occuper du côté juridique des modèles économiques construits sur une double licence de type « *open core* ». Ceci inclut la gestion des contrats de supports, de services, de développements ainsi que les conventions applicables aux codes sources venant des contributions. Ce faisant, nous guidons entreprises et institutions dans la grande réserve du logiciel libre lors de la mise en place de ces modèles.

D'autre part, nous conseillons aussi les développeurs sur la manière de régler les litiges nés des violations de leur droit d'auteur, notamment via l'élaboration et la négociation de contrats en leur nom et pour leur compte. Ceci étant, pour répondre à tous ces besoins de manière complète, il est fondamental de s'être familiarisé avec cette multiplicité de points de vue.

## Connaissances en droit comparé

La troisième chose dont un juriste libriste a besoin, c'est de connaissances à propos des juridictions étrangères, au moins quelques-unes et, plus il en acquiert, mieux il se porte. Pour pouvoir interpréter les différentes licences correctement, il est essentiel de comprendre l'état d'esprit dans lequel s'inscrivaient les personnes qui les ont écrites.

Dans la plupart des cas, le système juridique américain est d'une importance capitale. Par exemple, lors de l'élaboration de la GPL, celle-ci a été écrite avec, à l'esprit, des notions issues de la *common law* étasunienne. Aux États-Unis le terme « distribution » inclut la distribution en ligne. Or, le système de droit d'auteur allemand établit un *distinguo* entre la distribution en ligne et hors-ligne. Dès lors, les

licences qui ont été rédigées par des juristes de la *common law* étasunienne peuvent être interprétées comme incluant la distribution en ligne. Au cours d'un procès, cet argument peut devenir particulièrement pertinent (2).

## Un apprentissage permanent

Au final, toutes ces connaissances sont d'une grande utilité. Aussi, j'espère qu'à l'image du processus d'évolution d'un logiciel, qui apporte son lot de solutions aux besoins de tous les jours, mon esprit continuera à répondre aux défis que la vibrante communauté du logiciel libre et *open source* pose constamment à l'attention d'un juriste.

(1) L'*Institut für Rechtsfragen der Freien und Open Source Software* (institut des questions de droit sur les logiciels libres et *open source*) propose, entre autres, une collection d'ouvrages et de jurisprudences en lien avec les logiciels libres et *open source* ; pour plus de détails, voir sur le site <http://www.ifross.org/>.

(2) Voir : <http://www.ifross.org/Fremdartikel/LGMuenchenUrteil.pdf>, Cf. *Welte v. Skype*, 2007

---

## La délicate question du modèle économique (Libres conseils 39/42)

Bientôt la dernière séance... rejoignez-nous jeudi prochain sur le [framapad de traduction](#)

Traduction Framalang : [Ouve](#), [tcit](#), [Julius22](#), [goofy](#), [merlin8282](#), [lamessen](#), [Jej](#), [Alpha](#)

# Sous-estimer la valeur d'un modèle économique pour le logiciel libre

Frank Karlitschek

*Frank Karlitschek est né en 1973 à Reutlingen, en Allemagne, et a commencé à écrire des logiciels à l'âge de 11 ans. Il a étudié l'informatique à l'université de Tübingen et s'est impliqué dans le logiciel libre et les technologies de l'internet dans le milieu des années 1990. En 2001, il a commencé à contribuer à KDE en lançant KDE-Look.org, un site communautaire d'œuvres qui deviendrait plus tard le réseau openDesktop.org. Frank a initié plusieurs projets et initiatives open source comme Social Desktop, Open Collaboration Services, Open-PC et ownCloud. En 2007, il a fondé une société appelée hive01 qui offrait des services et des produits autour de l'open source et des technologies de l'internet. Aujourd'hui, Frank est membre du conseil et vice-président de KDE e.V. et c'est un intervenant habitué des conférences internationales.*

## Introduction

Il y a dix ans, j'ai sous-estimé la valeur d'un modèle économique. Logiciel libre et modèle économique ? Deux concepts incompatibles. Du moins, c'est ce que je pensais lorsque j'ai commencé à contribuer à KDE en 2001. Le logiciel libre, c'est pour le plaisir et pas pour l'argent. N'est-ce pas ? Les libristes veulent un monde où chacun peut écrire du logiciel et où les grandes entreprises, telles que Microsoft

ou Google, sont superflues. Tout logiciel devrait être libre et tous ceux qui souhaitent développer du logiciel devraient en avoir la possibilité – même les développeurs du dimanche. Donc, gagner de l'argent importe peu. N'est-ce pas ? Aujourd'hui, j'ai une opinion différente. Les développeurs devraient parfois être rémunérés pour leurs efforts.

## **Les raisons d'être du logiciel libre**

La plupart des développeurs de logiciels libres ont deux principales motivations pour travailler sur le logiciel libre. La première motivation est le facteur plaisir. C'est une expérience fantastique de travailler avec d'autres personnes très talentueuses du monde entier et de créer des technologies exceptionnelles. KDE, par exemple, est une des communautés les plus accueillantes que je connaisse. C'est tellement amusant de travailler avec des milliers de contributeurs du monde entier pour créer des logiciels qui seront utilisés par des millions de personnes. Pour faire simple, tout le monde est expert dans un ou plusieurs domaines et nous collaborons pour créer une vision partagée. Pour moi, c'est toujours génial de rencontrer d'autres contributeurs de KDE, d'échanger des idées ou de travailler sur nos logiciels ensemble, que nous nous rencontrions en ligne ou dans la vie réelle à une des nombreuses conférences ou événements. Et il s'agit aussi d'amitié. Au fil des années, je me suis fait beaucoup de bons amis au sein de KDE.

Mais les contributeurs de KDE ne sont pas uniquement motivés par le plaisir de rejoindre KDE. Il y a aussi l'idée que chacun de nous peut rendre le monde meilleur par nos contributions. Le logiciel libre est essentiel si vous vous souciez de l'accès à la technologie et à l'informatique pour les pays en voie de développement. Cela permet aux personnes pauvres d'avoir leur place dans l'ère de l'information sans

acheter des licences coûteuses pour des logiciels propriétaires. Il est essentiel pour les personnes qui se soucient de la confidentialité et de la sécurité, parce que le logiciel libre est le seul et unique moyen de savoir exactement ce que votre ordinateur fait avec vos données privées. Le logiciel libre est important pour un écosystème informatique sain, parce qu'il permet à tout le monde de bâtir à partir du travail des autres et de vraiment innover. Sans le logiciel libre, il n'aurait pas été possible à Google ou Facebook de lancer leurs entreprises. Il n'est pas possible d'innover et de créer la nouvelle technologie marquante si vous dépendez de logiciels propriétaires et que vous n'avez pas accès à toutes les parties du logiciel.

Le logiciel libre est aussi indispensable pour l'éducation, parce que tout le monde peut voir les entrailles du logiciel et étudier son fonctionnement. C'est comme cela que le logiciel libre contribue à faire du monde un endroit meilleur et c'est pourquoi je participe à des projets de logiciel libre comme KDE.

## **La nécessité d'un écosystème**

Voilà les principales raisons pour lesquelles je veux que le logiciel libre et particulièrement le bureau libre soient largement répandus. Pour y parvenir, il nous faut bien plus de contributeurs qu'aujourd'hui. Par contributeurs, j'entends des gens qui écrivent les infrastructures centrales, le bureau et les grandes applications. Nous avons besoin de gens qui travaillent sur l'utilisabilité, sur les illustrations, sur la promotion et sur bien d'autres aspects importants. KDE est déjà une grande communauté avec des milliers de membres. Mais nous avons besoin de davantage de gens pour aider à rivaliser de manière sérieuse avec le logiciel propriétaire.

La communauté du logiciel libre est minuscule comparée au monde du logiciel propriétaire. D'un côté, ce n'est pas un

problème car le modèle de développement logiciel distribué du monde du logiciel libre est bien plus performant que la façon d'écrire du logiciel à sources fermées. Un grand avantage est, par exemple, la possibilité de mieux réutiliser du code. Mais même avec ces avantages, nous avons besoin de bien plus de contributeurs qu'aujourd'hui si nous voulons réellement conquérir le marché de l'ordinateur de bureau et celui du mobile.

Nous avons aussi besoin d'entreprises pour nous aider à apporter notre travail sur le marché de masse. Bref, nous avons besoin d'un grand écosystème en forme permettant de vivre en travaillant sur le logiciel libre.

## **La situation actuelle**

J'ai commencé à contribuer à KDE il y a plus de 10 ans et, depuis, j'ai vu d'innombrables volontaires très motivés et talentueux rejoindre KDE. C'est vraiment génial. Le problème, c'est que j'ai aussi vu beaucoup de contributeurs expérimentés abandonner KDE. C'est vraiment triste. Parfois, c'est simplement la marche normale du monde : les priorités changent et les gens se concentrent sur autre chose. Le problème, c'est que beaucoup abandonnent aussi à cause de l'argent. Il arrive un moment où les gens décrochent leur diplôme et veulent bouger de leur chambre d'étudiant.

Plus tard, ils veulent se marier et avoir des enfants. À partir de là, ils doivent trouver du travail. Il y a quelques entreprises dans l'écosystème de KDE qui proposent des postes liés à KDE. Mais cela ne représente qu'une petite part des emplois disponibles dans le secteur informatique. Du coup, beaucoup de membres chevronnés de KDE doivent travailler dans des entreprises où ils doivent utiliser des logiciels propriétaires qui n'ont rien à voir avec KDE ou le logiciel libre. Tôt ou tard, la plupart de ces développeurs abandonnent KDE. J'ai sous-estimé cette tendance il y a 10 ans, mais je

pense que c'est un problème pour KDE sur le long terme, parce que nous perdons nos membres les plus expérimentés au profit des entreprises de logiciel propriétaire.

## **Le monde de mes rêves**

Dans le monde idéal que j'imagine, les gens peuvent payer leur loyer en travaillant sur les logiciels libres et ils peuvent le faire de telle sorte que ça n'entre pas en conflit avec nos valeurs. Ceux qui contribuent à KDE devraient avoir tout le temps qu'ils veulent pour contribuer à KDE et au monde libre en général. Ils devraient gagner de l'argent en aidant KDE. Leur passe-temps deviendrait leur travail. Cela permettrait à KDE de se développer de manière spectaculaire, parce que ce serait super de contribuer et de fournir en même temps de bonnes perspectives d'emploi stables et à long terme.

## **Quelles possibilités avons-nous ?**

Du coup, quelles sont les solutions possibles ? Que pouvons-nous faire pour que ça arrive ? Y a-t-il des moyens pour que les développeurs paient leur loyer tout en travaillant sur du logiciel libre ? Je voudrais exposer ici quelques idées que j'ai rassemblées au cours de plusieurs discussions avec des contributeurs au logiciel libre. Certaines d'entre elles sont probablement polémiques, parce qu'elles introduisent des idées complètement neuves au sein du monde du logiciel libre. Mais je pense qu'il est essentiel pour nous de voir au-delà de notre monde actuel si nous voulons mener à bien notre mission.

## **Du développement sponsorisé**

Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises apprécient l'importance du logiciel libre et contribuent à des projets de logiciels libres, ou sortent même leurs propres projets de logiciel libre. C'est une chance pour les développeurs de logiciels libres. Nous devrions parler à davantage



d'entreprises et les convaincre de s'associer au monde du logiciel libre.

## **Des dons de la part des utilisateurs**

Il devrait y avoir une manière facile pour les utilisateurs de donner de l'argent directement aux développeurs. Si un utilisateur d'une application populaire veut soutenir le développeur et promouvoir ses développements à venir pour cette application, donner de l'argent devrait ne tenir qu'à un clic de souris. Le système de dons peut être construit au sein même de l'application pour rendre le don d'argent aussi facile que possible.

## **Des primes**

L'idée derrière les primes est qu'un ou plusieurs utilisateurs d'une application peuvent payer pour le développement d'une fonctionnalité particulière. Un utilisateur peut soumettre la liste de ses demandes de nouvelles fonctionnalités sur un site web et annoncer combien il est prêt à payer pour cela. D'autres utilisateurs qui apprécient ces propositions pourraient ajouter de l'argent à la demande de fonctionnalité. Au bout d'un moment, le développeur commence à mettre au point la fonctionnalité et récupère l'argent des utilisateurs. Cette possibilité de primes n'est pas facile à introduire dans le processus. Des gens ont déjà essayé de mettre en place quelque chose de similaire, sans succès. Mais je pense que ça peut marcher si on s'y prend bien.

## **Du support**

L'idée est que le développeur d'une application vende directement du support aux utilisateurs de l'application. Par exemple, les utilisateurs d'une application achètent du support pour, supposons, 5 € par mois et obtiennent le droit d'appeler directement le développeur à des plages horaires spécifiques de la journée, ils peuvent poser des questions à

une adresse de courriel spécifique, ou le développeur peut même aider les utilisateurs par le biais d'un bureau à distance. J'ai bien conscience que beaucoup de développeurs n'aimeront pas l'idée que les utilisateurs puissent les appeler et leur poser des questions bizarres. Mais si cela signifie qu'ils gagnent suffisamment avec le système de support pour travailler à plein temps sur leurs applications, alors c'est certainement une bonne chose.

## **Des soutiens**

L'idée c'est que les utilisateurs finaux puissent devenir les soutiens d'une application. Le bouton « Soutenez ce projet » pourrait être intégré directement dans l'application. L'utilisateur devient alors un soutien par un paiement mensuel de, par exemple, 5 € qui vont directement au développeur. Tous les soutiens sont listés dans la fenêtre « À propos de l'application » avec leurs photos et leurs noms réels. Une fois par an, tous les soutiens sont aussi invités à une fête spéciale avec les développeurs. Il est possible qu'un développeur puisse devenir capable de travailler à plein temps sur une application, si assez d'utilisateurs deviennent des soutiens.

## **Des programmes de fidélité**

Certaines applications ont intégré des services web, et certains de ces services Web exécutent des programmes affiliés. Par exemple, un lecteur multimédia peut être intégré à la boutique en ligne de MP3 Amazon ou un lecteur PDF peut être intégré à une boutique en ligne de livres numériques. À chaque fois qu'un utilisateur achète du contenu via cette application, le développeur obtient un peu d'argent.

## **Des magasins d'applications sous forme de**

## **binaires**

Beaucoup de gens ne savent pas qu'il est possible de vendre des binaires de logiciels libres. La licence GPL exige simplement de fournir également le code source. Il est donc parfaitement légal de vendre des binaires bien empaquetés de notre logiciel. En réalité, les sociétés comme Red Hat et Novell vendent déjà notre logiciel dans leurs distributions commerciales. Mais les développeurs n'en bénéficient pas directement. Tous les revenus vont aux sociétés et rien ne va aux développeurs. On devrait donc permettre aux développeurs de logiciels libres de vendre à l'utilisateur final des applications bien empaquetées, optimisées et testées. Cela pourrait particulièrement bien fonctionner pour Mac ou Windows. Je suis sûr qu'un tas de gens seraient prêts à payer quelque chose pour des binaires d'Amarok pour Windows ou de digiKam pour Mac, si tout l'argent allait directement au développeur.

## **Conclusion**

La plupart de ces idées ne sont pas faciles à mettre en œuvre. Cela nécessite de modifier notre logiciel, nos méthodes de travail et même nos utilisateurs, qu'il faut encourager à montrer qu'ils apprécient le logiciel que nous créons, en nous aidant à financer son développement.

Cependant, les bénéfices potentiels sont énormes. Si nous pouvons assurer des sources de revenus pour notre logiciel, nous pouvons conserver nos meilleurs contributeurs et peut-être en attirer de nouveaux. Nos utilisateurs auront une meilleure expérience avec un développement logiciel plus rapide, la possibilité d'influencer directement le développement par le biais de primes et un meilleur support.

Le logiciel libre n'est plus seulement un loisir sur votre temps libre. Il est temps d'en faire un business.

---

# Apporter le Libre dans le secteur public (Libres Conseils 38/42)

Bientôt la dernière séance de traduction ! Jeudi à 21h, rendez-vous sur le [framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction framalang : [tcit](#), [Julius22](#), [Sky](#), [lamessen](#), [goofy](#), [peupleLà](#), [merlin8282](#), [lamessen](#), [Jej](#), [Alpha](#)

## Le Logiciel Libre dans le secteur public

**Till Adam**

*Issu du milieu de la musique et des sciences humaines, Till Adam a passé pas loin des dix dernières années dans le monde de la programmation. Il travaille au sein de [KDAB](#) où il dirige plusieurs services, dont celui qui est en charge des logiciels libres. Till officie aussi au sein du conseil d'administration de [Kolab Systems AG](#), une entreprise dont le modèle économique repose entièrement sur les logiciels libres. Il vit avec sa femme et sa fille à Berlin.*

## Introduction

J'imagine que comme de nombreux autres auteurs de cette compilation d'articles, j'ai commencé à contribuer au logiciel libre lorsque j'étais étudiant. J'avais décidé relativement

tard dans ma vie de poursuivre un cursus en informatique (ayant échoué à devenir riche et célèbre en tant que musicien). Je m'attendais donc à être légèrement plus âgé que mes pairs en obtenant mon diplôme. J'ai donc pensé qu'il serait bénéfique d'apprendre par moi-même la programmation, qui ne m'était pas trop enseignée à l'école, afin de d'avoir plus d'atouts aux yeux de futurs employeurs, en dépit de mon âge. Après quelques incursions dans diverses petites communautés, j'ai finalement trouvé ma voie dans le projet KDE et j'ai commencé à travailler sur l'application de courriel.

Grâce aux personnes extrêmement serviables et douées techniquement que j'y ai rencontrées, j'ai pu apprendre rapidement et contribuer de façon significative au code, ce qui m'a entraîné de plus en plus dans leur réseau social, mais aussi vers le domaine fascinant des problèmes techniques liés à la gestion de données personnelles.

Lorsque KDAB, une entreprise remplie de gens qui utilisaient KDE, m'a demandé si, dans le cadre d'un stage étudiant, je voulais les aider sur la partie commerciale d'un projet en cours, j'ai bien sûr été ravi de pouvoir gagner ma vie et bidouiller le logiciel KDE en même temps. Au fil des ans, j'ai été témoin de l'adoption et de l'utilisation des architectures de gestion des données personnelles de KDE par le secteur public, particulièrement en Allemagne, où j'ai pu y assister personnellement à la croissance économique de KDAB dans ce secteur géographique. Alors que j'évoluais vers des postes plus orientés sur le management, vendre et livrer des services issus du logiciel libre comprenant des produits de KDE à de grandes organisations, en particulier dans le secteur public, a finalement fait partie de mon travail.

Il faut noter que la plupart du travail sur le projet qui a inspiré ce texte était généralement fait en collaboration avec d'autres entreprises du logiciel libre, à savoir gl0code, un spécialiste de la cryptographie qui se charge du maintien de GNUPG, et Intevation, une entreprise de conseil qui se

concentre exclusivement sur le logiciel libre ainsi que ses défis stratégiques et opportunités. Mention spéciale à Bernhard Reiter, l'un des fondateurs d'Intevation, qui a joué un rôle clé lors de la vente et de la conduite de bon nombre de ces projets. Les quelques fragments de sagesse contenus dans ce texte sont probablement issus de son analyse et des nombreuses conversations que j'ai pu avoir avec lui au fil des ans.

Donc, si Bernhard et moi pouvions revenir dans le temps, quelles pourraient donc bien être les idées que nous partagerions avec nos « nous » plus jeunes et plus naïfs ? Eh bien, il s'avère qu'elles commencent toutes par la lettre **P**.

## Personnes

Telles que sont les choses aujourd'hui, il est toujours plus difficile pour les gens de terrain des technologies de l'information et pour les décideurs d'utiliser du logiciel libre que ça ne l'est d'utiliser les alternatives propriétaires. Même en Allemagne, où le logiciel libre a un soutien politique relativement fort, il est plus facile et plus sûr de suggérer l'utilisation de quelque chose qui est perçu comme un « standard de l'industrie » ou comme « ce que tous les autres font » ; en d'autres termes, des solutions propriétaires.

Celui qui propose une solution en logiciel libre fera probablement face à de l'opposition de la part de collègues moins aventureux (ou ayant moins de vision), à un examen minutieux des supérieurs, à de plus grandes attentes par rapport aux résultats et à une pression budgétaire irréaliste. Il faut donc un type particulier de personnes souhaitant prendre des risques personnels, potentiellement compromettre l'avancée de leur carrière et combattre dans une bataille presque perdue d'avance. Ceci est bien sûr vrai dans n'importe quelle organisation. Mais, dans une administration publique,

une ténacité particulière est requise car les choses bougent généralement plus lentement. Et une hiérarchie organisationnelle inflexible ajoutée à des options de carrière limitées amplifient le problème.

Sans allié à l'intérieur, faire envisager de façon sérieuse les options du logiciel libre peut s'avérer quasiment impossible. Si de telles personnes existent, il est important de les soutenir autant que possible dans leurs luttes internes. Ceci signifie leur fournir des informations opportunes, fiables et vérifiables sur ce qui se passe dans la communauté avec laquelle l'organisation entend interagir. Ces informations doivent contenir suffisamment de détails pour fournir une image complète tout en atténuant la complexité de la communication et du chaos de planification faisant parfois partie de la façon de travailler dans le monde du logiciel libre, de façon à ce que ça devienne plus gérable et moins effrayant. L'honnêteté et le sérieux aident à construire des relations fortes avec ces personnes-clés, qui sont la base du succès à plus long terme. Elles se reposent sur vous, en tant qu'intermédiaire avec le monde merveilleux et quelque peu effrayant des communautés du logiciel libre, pour trouver des chemins qui les mèneront elles et leurs organisations à leurs objectifs. Elles prennent également des décisions en se basant largement sur la confiance personnelle. Cette confiance doit être acquise et conservée.

Afin d'y parvenir, il est important de ne pas se concentrer uniquement sur les résultats techniques des projets, mais de garder en tête les objectifs plus larges, personnels et organisationnels que l'on doit atteindre lorsqu'on travaille sur ces projets. Le succès ou l'échec du projet en cours ne dépendra peut-être pas du fait qu'un responsable de projet au sein d'une agence soit capable de ne vanter que des fonctionnalités auxiliaires à ses supérieurs à des moments plus ou moins aléatoires du calendrier. Mais cela impactera peut-être le fait que le projet suivant se fasse ou ne se

fasse pas. Lorsque vous avez peu d'amis, les aider à réussir est un bon investissement.

## Priorités

En tant que technophiles, les gens du logiciel libre ont tendance à se concentrer sur ce qui est nouveau, excitant et qui paraît important au niveau technologique. En conséquence de quoi, nous mettons moins l'accent sur les choses qui sont plus importantes dans le contexte d'une administration publique (souvent vaste). Mais considérez quelqu'un désireux de changer tout un ensemble de technologies dans une structure qui a plutôt tendance à rester sur les mêmes technologies pendant une longue durée. Étant donné qu'un changement brusque est difficile et coûteux, il est de loin bien plus important d'avoir de la documentation sur les choses qui ne fonctionneront pas, de façon à pouvoir les éviter ou les contourner, que de savoir qu'une version à venir fonctionnera beaucoup mieux. Il est peu probable que cette nouvelle version soit jamais disponible pour les utilisateurs dont nous parlons ici. Et il est bien plus simple d'avoir affaire à des problèmes connus et anticipés plutôt que d'être forcé de faire face à des surprises. Le bogue documenté d'aujourd'hui est paradoxalement préférable à sa résolution de demain avec ses effets de bord imprévisibles.

Dans une grande organisation qui utilise des logiciels pendant une longue durée, le coût d'acquisition du logiciel, que ce soit par le biais de licences ou dans le cadre de développement sur mesure de logiciels libres par contrat, a peu d'importance en comparaison du coût de maintenance et de support. Cela mène à penser que moins de fonctionnalités, plus stables, ce qui induit une moindre charge pour le l'organisme de support, auxquelles on peut faire plus confiance et qui ont moins besoin de maintenance intensive sont meilleures que de séduisantes nouveautés, complexes et sans doute moins matures.



Alors que ces deux sentiments vont à l'encontre des instincts des développeurs de logiciels libres, ce sont ces mêmes aspects qui rendent attractif pour le secteur public le fait de payer pour le développement de logiciels libres, plutôt que de dépenser de l'argent pour des licences de produits pris au hasard. En partant d'une large palette de logiciels gratuitement disponibles, l'organisation peut investir son budget dans le perfectionnement des parties précises qui sont pertinentes pour ses propres opérations. Elle n'a ainsi pas à payer (via les coûts de licences) pour le développement de fonctionnalités clinquantes et guidées par le marché dont elle n'a pas besoin. En soumettant tout ce travail à la communauté en retour, la maintenance à long terme de ces améliorations et du logiciel de base est partagée par un grand nombre de personnes. De plus, grâce au fait que ces améliorations deviennent publiques, d'autres organisations aux besoins similaires peuvent bénéficier de celles-ci sans coût supplémentaire. Cela maximise donc l'utilité de l'argent du contribuable, ce que toute administration publique souhaite (ou devrait souhaiter).

## **Politique d'approvisionnement**

Si les budgets informatiques des agences gouvernementales sont clairement mieux utilisés dans l'amélioration du logiciel libre et dans son adaptation à leurs besoins, pourquoi est-ce si rarement ce que l'on fait ? L'équivalence des fonctionnalités pour les types de logiciels les plus utilisés a depuis longtemps été atteinte, la convivialité est la même, la robustesse et le coût total de possession aussi. La notoriété et la connaissance sont bien sûr toujours des problèmes, mais le véritable obstacle à l'acquisition de services en logiciel libre réside dans les conditions légales et administratives sous lesquelles cela doit se produire. Changer ces conditions nécessite du travail, au niveau de la politique et du lobbying. C'est rarement possible dans le contexte d'un projet individuel. Heureusement, des

organisations telles que la Free Software Foundation Europe et sa sœur aux États-Unis font du lobbying en notre nom et font lentement changer les choses. Jetons un coup d'œil à deux problèmes centraux d'ordre structurel.

### **Des licences, pas des services**

Beaucoup de budgets informatiques sont structurés de telle façon qu'une partie de l'argent est mise de côté pour l'achat d'un nouveau logiciel ou pour le paiement continu de l'utilisation d'un logiciel sous forme de licences. Comme il était inimaginable pour ceux qui ont construit ces budgets qu'un logiciel puisse être autre chose qu'un bien achetable, représenté par une licence propriétaire, il est souvent difficile ou impossible pour les décideurs informatiques de dépenser cette même somme d'argent pour des services. La comptabilité de gestion n'en entendra simplement pas parler. Cela peut mener à la situation malheureuse où une organisation a la volonté et l'argent pour améliorer un morceau de logiciel libre afin qu'il convienne parfaitement à ses besoins, pour le déployer et pour le faire tourner pendant des années et envoyer ses contributions à la communauté, en retour, mais où cela ne peut se faire tant que toute l'affaire n'est pas enveloppée dans une vente et un achat artificiels et non nécessaires d'un produit imaginaire basé sur une licence libre.

### **Pièges légaux**

Les cadres légaux pour les fournisseurs de logiciels supposent souvent que quiconque signant la production d'un logiciel exerce le plein contrôle des copyrights, marques déposées et brevets afférents. L'organisation cliente attend une garantie contre des risques variés de la part du fournisseur. Dans le cas où une société ou une personne produit une solution ou un service basé sur du logiciel libre, cela est souvent impossible car il y a d'autres titulaires de droits qui ne peuvent pas être raisonnablement impliqués dans l'arrangement

contractuel. Ce problème apparaît plus ostensiblement dans le contexte des brevets logiciels. Il est pratiquement impossible pour un fournisseur de services de s'assurer contre les risques de contentieux de brevets, ce qui rend très risqué pour lui d'endosser la pleine responsabilité.

## Prix

Historiquement, l'argument le plus vendeur du logiciel libre donné au grand public a été son potentiel pour d'économie d'argent. Le logiciel libre a en effet permis des économies à grande échelle pour beaucoup d'organisations depuis de nombreuses années. Le système d'exploitation GNU/Linux a été le fer de lance de ce développement. Ceci en raison de sa libre disponibilité au téléchargement qui a été perçue en opposition frappante avec les licences onéreuses de son principal concurrent, Microsoft Windows.

Pour quelque chose d'aussi utilisé et utile qu'un système d'exploitation, il est indéniable que le bénéfice des coûts structurels vient des coûts de développement qui sont répartis sur de nombreuses parties. Malheureusement, l'espoir que ceci reste vrai pour tous les logiciels libres a mené à la pensée irréaliste que les coûts seront toujours réduits, largement et immédiatement. D'après notre expérience, ce n'est pas vrai. Comme nous l'avons vu dans les sections précédentes de cet ouvrage, il est très logique de tirer le meilleur parti de l'argent dépensé dans l'utilisation de logiciels libres et il est probable qu'au fil du temps et pour de nombreuses organisations de l'argent puisse être économisé. Mais pour une agence isolée qui cherche seulement à déployer un logiciel libre, il devra y avoir un investissement initial et un coût nécessaire associé pour obtenir le niveau de maturité et de robustesse nécessaire.

Alors que cela semble largement raisonnable aux professionnels des opérations informatiques, il est souvent plus difficile de

convaincre de cette vérité leurs supérieurs avec le bilan financier. Surtout lorsque la potentielle économie de moyens financiers a initialement été utilisée comme un argument pour faire entrer le logiciel libre, il peut s'avérer très difficile de gérer efficacement les attentes futures. Plus vite les décideurs sauront exactement de façon claire combien et dans quoi ils investissent, mieux ils accepteront de le faire sur le long terme

Le meilleur rapport qualité-prix est toujours attirant et un fournisseur de services informatiques qui cessera d'être disponible à cause de la pression des prix et n'obtiendra pas suffisamment de réussite économique est aussi peu attractif dans le logiciel libre que dans les modèles économiques basés sur des licences propriétaires. Il est donc aussi dans l'intérêt des clients que les estimations de coûts soient réalistes et que les conditions économiques dans lesquelles le travail est effectué soient durables.

## **Conclusion**

Notre expérience montre qu'il est possible de convaincre des organismes du secteur public de dépenser de l'argent dans des services basés sur des logiciels libres. C'est une proposition intéressante qui offre une plus-value et qui a un sens politique. Malheureusement, il existe encore des barrières structurelles. Mais avec l'aide de pionniers dans le secteur public, elles peuvent être contournées. Avec un soutien suffisant de notre part à tous, ceux qui travaillent pour le logiciel libre au niveau politique finiront par les surmonter. Une communication claire et honnête sur les réalités économiques et techniques peut favoriser des partenariats efficaces qui amènent des bénéfices à la communauté du logiciel libre, aux administrations publiques utilisant ces logiciels et à ceux qui les fournissent avec les services nécessaires dans un cadre viable et durable.

---

# Trouver des sous ! (Libres conseils 37/42)

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur le [framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [Ouve](#), [Julius22](#), [Sphinx](#), [Garburst](#), [goofy](#), [peupleLà](#), [audionuma](#), [lamessen](#)

## Comment demander de l'argent

**Selena Deckelmann**

*Selena Deckelmann est une importante contributrice de [PostgreSQL](#). Elle donne des conférences dans le monde entier sur les logiciels libres, les communautés de développeurs et du trolling. Elle s'intéresse à l'ouverture des données publiques de la ville de Portland, aux poulets d'appartement et à la recherche de solutions pour permettre aux bases de données de fonctionner plus vite.*

*Elle a fondé Postgres Open, une conférence dédiée aux activités économiques autour de PostgreSQL et au bouleversement du secteur des bases de données. Elle a fondé et co-présidé Open Source Bridge, une conférence de développeurs pour les citoyens open source. Elle a fondé la Conférence PostgreSQL, une brillante série de conférences sur la côte Est et la côte Ouest des États-Unis pour PostgreSQL. Elle fait actuellement partie du comité de programme de PgCon, de la conférence des utilisateurs MySQL et de OSCON Data. Elle est l'une des contributrices au manuel du mentor des Google Summer of Code, et du Guide des Étudiants. Elle est conseillère pour l'initiative Ada et membre du conseil de la*

*société Technocation.*

Si je retrace mon parcours depuis la première fois où j'ai démarré un PC sous Linux en 1994, une chose ressort clairement de mon expérience avec l'open source : j'aurais aimé savoir comment demander de l'argent. Demander de l'argent est difficile. J'ai écrit des demandes de subventions, demandé des augmentations, négocié des salaires et des tarifs horaires de consultante et levé des fonds pour des conférences à but non lucratif. Après de nombreuses tentatives et échecs, j'ai développé une méthode qui fonctionne ! Ce qui suit est un condensé des trucs et astuces que j'ai utilisés durant ces cinq dernières années pour augmenter les fonds pour des non-conférences, des sprints de code d'une journée et des conférences de plusieurs jours à propos de la culture et des logiciels open source.

La méthode pour obtenir des fonds pour une conférence comporte six étapes :

1. identifier un besoin ;
2. en parler à quelqu'un ;
3. demander de l'argent ;
4. récupérer l'argent ;
5. dépenser l'argent ;
6. Remercier.

## **Identifiez un besoin**

Votre première mission en tant qu'organisateur de conférences consiste à expliquer pourquoi vous mettez en place une conférence de plus, en quoi elle sera utile à ceux qui y assisteront et quel intérêt un sponsor aurait à vous financer. On appelle ça « écrire un dossier de présentation ». Les éléments principaux d'un tel dossier sont les suivants :

- l'objectif : en un paragraphe, expliquez pourquoi vous faites la conférence. Qu'est-ce qui vous a poussé à

rassembler des gens ? Et qui seront les participants ? De quoi parleront-ils une fois là-bas ? Si vous avez un sujet ou un but particulier en tête, mentionnez-le. Expliquez également pourquoi vous avez choisi tel endroit pour l'événement. Y a-t-il un lien avec le sujet de la conférence ? Est-ce que les personnes intéressantes s'y trouvent ? Est-ce qu'il y a un sponsor ? Enfin, mettez à disposition les chiffres intéressants à propos des événements précédents, comme le nombre de participants et des informations pertinentes sur les intervenants ou des détails sur le lieu choisi ;

- les possibilités de mécénat et les bénéfices escomptés : cette partie du dossier va mettre en relief ce que les sponsors peuvent attendre de votre conférence. En règle générale, on y expose les retours sont évalués en termes financiers, mais on peut également y décrire des avantages comme des travaux en nature ou du bénévolat. Commencez simplement. Traditionnellement, les parrainages financiers des événements sont assurés par des services des ressources humaines qui cherchent à embaucher ou par des départements commercial-marketing qui cherchent à faire connaître leurs produits ou services. Voici, entre autres, le genre d'avantages que les sponsors en attendent : la mention du sponsor sur un site Web, dans les messages ou tweets pour les participants, l'accès à la liste des adresses électroniques ou aux informations sur les profils des participants, la présence des logos et des étiquettes sur les pochettes, tours de cou et autres gadgets distribués lors de la conférence, de même au moment des pauses cafés, des repas et casse-croûtes. Il leur faut aussi un stand sur la zone de la conférence et de l'espace publicitaire sur le programme de la conférence. Pensez aussi aux choses originales qui permettront de vous démarquer, à travers le déroulement et le lieu de la conférence. Par exemple, à Portland, il y a une

boutique de beignets très populaire, avec un service de livraison. Nous avons trouvé un sponsor, et nous avons obtenu la permission d'amener le camion de livraison juste à l'endroit où nous étions et nous avons servi des beignets gratuitement pour le petit-déjeuner. Vous trouverez ci-dessous des liens pour des exemples de dossiers. Ils correspondent tous à de grosses conférences, donc vous n'obtiendrez peut-être pas le même résultat. J'ai déjà fait un dossier, avec une seule possibilité de parrainage, et l'accord était qu'en échange de la présence d'un de ses employés à la conférence, les organisateurs mentionnaient clairement l'entreprise et la remerciaient pour son soutien. Quelques entreprises : [OSCON](#), [Open Source Bridge](#), [MeeGo San Francisco](#).

- le contrat : toujours inclure un contrat avec votre dossier. Cela établit les attentes et les engagements ainsi que le calendrier et peut éviter beaucoup de problèmes en chemin. Je ne suis pas un avocat, donc ce qui suit relève plus de mon expérience que des conseils juridiques. Pour les événements plus mineurs, j'écris un contrat très simple qui expose mes attentes : les sponsors promettent de payer à une certaine date et je promets de tenir l'événement à une certaine date. Copier un contrat existant est quelque chose de délicat car les lois changent suivant les différents états et pays. J'ai consulté un avocat qu'un gestionnaire chevronné d'une communauté de l'open source m'avait recommandé. Le cabinet d'avocats a été assez agréable pour gracieusement créer des contrats et réviser des contrats entre nous et les hôtels. Le Software Freedom Law Center peut vous indiquer un avocat approprié si vous n'en avez pas.

Maintenant que vous avez créé le dossier de présentation, vous avez besoin de parler à quelques personnes.



## Parlez-en

L'étape la plus difficile pour moi, c'est de faire passer le mot au sujet de mes événements ! Entraînez-vous à présenter votre événement en une ou deux phrases. Transmettez ce qui vous emballa et ce qui devrait emballer les autres.

Au fil des ans, j'ai appris qu'il fallait que je commence à parler SANS DÉLAI à mes connaissances plutôt que de m'inquiéter de savoir exactement quelles étaient les bonnes personnes à qui parler. Faites une liste des personnes à qui parler et que vous connaissez déjà et commencez à cocher cette liste.

La meilleure manière de parler de votre projet est de le faire en personne ou au téléphone. Ainsi, vous ne spammez pas les gens, vous captez leur attention et vous pouvez avoir un retour immédiat sur votre argumentaire. Les gens sont-ils enthousiastes ? Posent-ils des questions ? Ou bien trouvent-ils que c'est rasoir ? À qui d'autre pensent-ils que vous devriez en parler ? Demandez-leur ce qu'ils en pensent et comment vous pourriez rendre votre argumentaire plus attractif, plus intéressant, de sorte qu'ils en aient pour leur argent !

Une fois que vous aurez trouvé les mots-clés de votre argumentaire, écrivez-le et envoyez quelques courriels. Demandez des retours sur votre courriel et terminez toujours par un appel à agir avec une échéance pour la réponse. Gardez la trace des personnes qui répondent, de leurs réponses, et du moment favorable pour une relance de chacune d'elles.

## Demandez de l'argent

Armé de votre dossier et de votre argumentaire réglé aux petits oignons, commencez à approcher des sociétés pour financer votre événement. À chaque fois que je lance une

nouvelle conférence, je fais une liste de questions à son propos et je réponds à chacune avec une liste de personnes et de sociétés :

- Parmi les personnes que je connais, qui va trouver que c'est une idée géniale et faire la promo de mon événement (supporters) ;
- Quelles sont les personnes dont la présence à la conférence serait vraiment sympa (experts reconnus) ;
- Quelles sociétés ont des produits qu'elles voudraient promouvoir à mon événement (marketing) ;
- Qui voudrait embaucher les personnes qui participent (recruteurs) ;
- Quels projets libres et open source voudraient recruter des développeurs (recruteurs open source)

En utilisant ces listes, envoyez votre brochure à travers le monde ! Voici un aperçu de la façon dont j'organise le processus de demande : je commence par envoyer les dossiers de présentation à mes supporters. J'en glisse aussi une copie aux experts, et je les invite à assister à la conférence ou à y intervenir. Je contacte ensuite les agences de publicité, les recruteurs et les recruteurs open source (parfois ça se recoupe !). En parallèle, j'ai généralement ouvert les inscriptions à la conférence et annoncé quelques allocutions ou événements spéciaux. Je croise les doigts pour que ça pousse à quelques inscriptions, que ça aide les sponsors à sentir que cette conférence va certainement avoir lieu et que tout va bien se passer.

## Récupérez l'argent

Si tout se passe comme prévu, des sociétés et des individus vont commencer à vous proposer de l'argent. Lorsque cela se produit, vous aurez besoin de deux choses très importantes :

- un modèle de factures ou de devis ;
- un compte en banque pour recueillir les fonds.

Les modèles de factures sont simples à réaliser. J'utilise une feuille de calcul Google que j'actualise pour chaque facture. Vous pourriez facilement utiliser OpenOffice.org ou même TeX (si quelqu'un peut m'envoyer un modèle de facture LaTeX, merci d'avance !). On peut trouver des exemples de factures à l'adresse <http://www.freetemplatesdepot.com>.

Les éléments les plus importants d'une facture sont : le mot FACTURE, un numéro unique de facture, le nom et les informations de contact du sponsor, le montant que le sponsor est censé verser, les termes de l'accord (à quelle date le sponsor est censé payer, quelles sont les pénalités en cas de non-paiement) et le montant total dû. Il faut ensuite envoyer une copie de la facture à la société. Gardez une copie pour vous !

Certaines sociétés peuvent exiger que vous remplissiez des formulaires plus ou moins complexes pour vous reconnaître, vous ou votre organisation, comme un fournisseur. De la paperasserie. Beurk ! Les délais de paiement pour de grandes entreprises peuvent atteindre deux mois. Les exercices budgétaires des sociétés sont en général annuels. Regardez si une société a un budget disponible pour votre événement et si vous pouvez être inclus dans les prévisions budgétaires de l'année suivante, si vous avez manqué l'occasion pour l'année en cours.

Le compte en banque peut être votre compte personnel, mais c'est risqué pour vous. Pour un événement à plusieurs milliers d'euros, vous préférerez peut-être trouver une ONG ou une association loi de 1901 qui peut détenir et dépenser les fonds en votre nom. Si votre conférence est à but lucratif, vous devriez consulter un comptable sur la meilleure manière de gérer ces fonds. Trouver une organisation sans but lucratif avec laquelle travailler peut se résumer à contacter une fondation qui gère un projet de logiciel libre.

Maintenant, passons à ce qui justifie tout ce processus :

dépenser les dons durement acquis !

## Dépensez l'argent

Maintenant que vos sponsors ont payé, vous pouvez dépenser l'argent.

Créez un budget qui détaille vos postes de dépenses et quand vous aurez besoin de les dépenser. Je conseille d'obtenir trois devis pour les produits et services qui ne vous sont pas familiers, simplement afin de vous faire une idée sur ce qu'est un prix correct. Faites comprendre aux fournisseurs que vous contactez que vous faites jouer la concurrence.

Une fois que j'ai établi une relation avec une entreprise, j'ai tendance à faire des affaires avec eux d'un an sur l'autre. J'aime avoir de bonnes relations avec les fournisseurs et je trouve que même si je paie un peu plus que si je faisais jouer la concurrence chaque année, je finis par gagner du temps et par obtenir un meilleur service de la part d'un vendeur qui me connaît bien.

Pour les petits événements, vous pouvez garder une trace de vos dépenses dans un tableur assez simple. Pour les projets plus grands, demander à un comptable ou utiliser des logiciels de comptabilité peut être utile. Voici une liste des [alternatives libres à Quicken](#) (à différents niveaux et avec différents aspects !).

Le plus important est de garder une trace de toutes vos dépenses et de ne pas dépenser de l'argent que vous n'avez pas ! Si vous travaillez avec une organisation à but non lucratif pour gérer le budget de l'événement, demandez-lui de l'aide et des conseils avant de commencer.

# Remerciez

Il existe de nombreuses manières de remercier les gens et les entreprises qui ont apporté leur soutien à votre manifestation. Encore plus important, suivez toutes les promesses que vous avez faites dans le dossier. Communiquez à chaque fois qu'un engagement est tenu !

Durant la manifestation, trouvez des moyens d'entrer en contact avec les sponsors, en désignant un bénévole pour les inscrire et de les inscrire eux-mêmes auprès de vous.

Après la manifestation, assurez-vous de remercier individuellement chaque sponsor et chaque bénévole pour sa contribution. Une association avec laquelle je travaille envoie des remerciements écrits à chaque sponsor en début d'année.

D'une manière générale, la communication est le terreau fertile de la levée de fonds. Porter attention aux sponsors et construire des relations authentiques avec eux aide à trouver plus de sponsors, et à construire votre réputation de bon organisateur de manifestations.

## Leçons apprises

Après avoir créé et animé des dizaines de manifestations, les deux aspects les plus importants que j'en tire ont été de trouver des mentors et d'apprendre à bien communiquer.

Les mentors m'ont aidée à transformer des coups de gueule en essais littéraires, du fouillis en dossiers et des conversations difficiles en perspectives. J'ai trouvé des mentors dans des entreprises qui parrainaient mes conférences, et me faisaient des retours détaillés, parfois pénibles. Et j'ai trouvé des mentors parmi les bénévoles qui passaient des centaines d'heures à écrire du logiciel pour mes manifestations, à recruter des orateurs, à documenter ce que

nous étions en train de faire, et à poursuivre la conférence après moi.

Apprendre à bien communiquer prend du temps, et c'est l'occasion de faire de nombreuses erreurs. J'ai appris à mes dépens que ne pas développer de relations avec les meilleurs sponsors signifie ne pas être financé l'année suivante ! J'ai aussi appris que les gens sont capables d'une formidable indulgence envers les erreurs, dès lors que vous communiquez tôt et souvent.

Bonne chance dans votre recherche de fonds, et merci de me dire si ce qui précède vous a aidé.

---

## **Les tribulations d'un organisateur de conférences (Libres conseils 36/42)**

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur le [framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [Ouve](#), [Julius22](#), [Sphinx](#), [CoudCoud](#), [grosfar](#), [lum'](#), [goofy](#), [peupleLà](#), [lamessen](#)

## **Nous ne sommes pas fous... Nous organisons des conférences !**

**Gareth J. Greenaway**

*Gareth J. Greenaway s'est impliqué activement dans la communauté du logiciel libre et open source depuis 1997 après avoir découvert Linux. Sa contribution majeure a consisté à*

*regrouper des gens ayant la même opinion pour apprendre et expérimenter de nouveaux éléments de logiciel libre et open source. Cette implication a débuté avec un petit groupe d'utilisateurs de Linux (un « GUL ») et s'est développée avec l'organisation de la « [Southern California Linux Expo](#) », aussi connue sous le nom de SCALE. En tant que membre fondateur de cet évènement, Gareth remplit actuellement deux fonctions importantes au sein de l'organisation. La première est la gestion des conférences et la seconde concerne les relations avec la communauté.*

J'ai commencé à écrire cette section avec ce que je pensais être les besoins et les étapes pour organiser une conférence sur le libre et l'open source. Cependant, une grande partie de ce que je trouvais à dire avait déjà été abordé par Dave Neary, expert en gestion de communautés. Donc, pour éviter de répéter et de recouper ce que Dave voulait expliquer, j'ai décidé de partager différentes histoires de l'organisation de SCALE et les leçons que j'en ai tiré pendant ces années.

## **Trop d'énergie !**

SCALE a commencé il y a maintenant neuf ans avec des membres de trois groupes locaux d'utilisateurs de Linux, ce n'était à l'origine qu'un modeste évènement régional organisé par l'un de ces groupes. La première expérience fut vraiment enrichissante. Beaucoup de leçons en ont été tirées. On courait un peu partout et l'évènement semblait se dérouler à une vitesse folle. Étant donné qu'aucun de nous n'avait encore organisé d'évènement où il fallait se soucier des risques de surtension ou de consommation électrique, nous n'y avons pas pensé, et, du coup, nous avons dû ré-enclencher les disjoncteurs de la salle plusieurs fois pendant l'évènement.

# Ça va marcher... c'est sans fil !

Le deuxième SCALE a pris en compte un grand nombre de leçons apprises l'année précédente mais un nouveau lieu de rencontre allait donner de nouvelles leçons. Le centre de conférences de Los Angeles est le lieu où s'est tenu SCALE 2, il fournissait un espace bien plus grand pour installer l'évènement. Le nouveau lieu nous a aussi permis d'apprendre notre première leçon sur les contrats avec un grand organisme pour gérer les choses telles que l'équipement audio et vidéo, l'accès à Internet et le matériel d'exposition.

Compte tenu de la situation de l'évènement à l'intérieur du centre de conférences, nous avons dû positionner les comptoirs d'enregistrement dans une zone qui, tout en étant visible des participants qui arrivaient, se trouvait à une certaine distance du reste du salon. Nos possibilités pour fournir un accès réseau à la zone d'enregistrement étaient limitées car les règles de protection anti-incendie proscrivaient l'utilisation de câbles ; le sans-fil était donc l'unique option.

Tout a été mis en place très tôt le jour du salon et fonctionnait parfaitement bien, jusqu'à ce que cela cesse mystérieusement de marcher. La connexion sans fil, fournissant l'accès au réseau indispensable au comptoir d'enregistrement, a tout simplement disparu. Nous avons alors vécu beaucoup de tentatives de dépannages, beaucoup de déplacements d'équipements et d'antennes et beaucoup de frustration. « Ça devrait fonctionner. » était la seule conclusion à laquelle tout le monde pouvait parvenir, sans trop savoir pourquoi cela ne fonctionnait pas.

Soudain, un des membres de l'équipe, qui s'était tenu à l'écart de la séance de dépannage, a appelé tout le monde à venir à l'endroit où il se trouvait. En face d'une grande fenêtre qui surplombait un grand hall de réunion, nous avons



tout à coup tous vu ce qu'il désirait nous faire voir. En-dessous de nous il y avait des dizaines de lumières clignotantes, tournantes et pulsantes qui nous regardaient. Des centaines d'appareils électroniques avec des lumières clignotantes, des sirènes et des panneaux à LED (diodes électro-luminescentes), interférant narquoisement avec les signaux sans fil de nos pauvres points d'accès. Nous avons soudain réalisé que nos heures de travail à tenter de résoudre ce problème de sans-fil avaient été vaines. Finalement, nous avons déroulé un câble Ethernet, l'avons scotché de la manière la plus sécurisée que nous avons pu, et nous avons dit une petite prière pour que le chef des pompiers ne fasse pas d'inspection surprise.

## **Soirées de gala, tireurs d'élite et disparition mystérieuse de mallette IBM**

L'une des anecdotes les plus célèbres dans l'histoire de SCALE est sans doute celle des incidents et péripéties qui sont survenus pendant SCALE 3. Ces aventures sont bien connues, et si vous assistiez à SCALE cette année-là, vous n'avez pas pu y échapper.

Le troisième SCALE devait se dérouler encore une fois au centre de conférences de Los Angeles au L.A. Convention Center. Tout le travail de planification et d'organisation avait été mené en amont pendant de nombreux mois et tout s'annonçait bien. Trois semaines environ avant l'évènement, nous avons reçu des informations à propos de plusieurs routes qui seraient fermées autour du centre de conférences à cause d'une soirée de gala qui devait avoir lieu. À cause de ces fermetures de routes, il n'y avait plus qu'une voie d'accès pour accéder au centre et en repartir, ce qui est loin d'être idéal. Fort heureusement, nous avons eu le temps d'avertir tous ceux qui venaient à l'évènement et de leur indiquer les

routes fermées à la circulation et les itinéraires alternatifs. Cette année-là, c'était aussi la première fois que SCALE devait se dérouler sur deux jours, dans l'espoir de répartir un peu les choses pour ne pas être autant dans la précipitation et la frénésie.

L'un des plus anciens sponsors et exposants de SCALE est IBM. Ils ont toujours été une plus-value appréciée, mais, malheureusement, leur participation s'est généralement accompagnée de quelques difficultés. La veille de l'évènement, comme d'habitude, avait été réservée à la mise en place pour permettre à l'équipe de SCALE de tout installer et aux exposants de préparer leurs stands. C'est également le jour de réception de tous les paquets envoyés par les exposants. IBM avait prévu de présenter une nouvelle ligne de serveurs sur le salon et avait fait expédier un de ces serveurs au centre de conférences ; malheureusement, il n'avait pas été livré sur leur stand et personne dans le centre de conférences ne savait où pouvait bien se trouver le colis. Malgré de nombreuses heures à chercher dans tous les endroits possibles à l'intérieur du centre de conférences, nous n'avions pas la moindre piste.

Il se trouve que le gala qui devait avoir lieu quelques jours plus tard avait loué un certain nombre de pièces pour en faire des bureaux et des espaces de stockage. Dans un éclair de génie, le coordinateur de l'évènement qui aidait à la recherche suggéra que nous pourrions chercher dans un de leurs espaces de stockage en espérant que la mallette d'IBM ait été livrée là par accident. La pièce en question était un petit placard de rangement dans lequel nous nous sommes trouvés face à des montagnes de boîtes, du sol jusqu'au plafond, remplies de tickets pour la soirée de gala à venir. Derrière ces boîtes, dans un coin, il y avait une grande mallette bleue avec le logo IBM bien visible. Crise évitée !

Le reste de l'évènement se déroula sans heurts et pratiquement sans incidents. Alors que l'évènement se finissait, une petite

foule commença à se former près de grandes fenêtres donnant sur la rue. Alors que je passais à cet endroit, je pris conscience de ce que tout le monde était en train de regarder. Plusieurs silhouettes, toutes vêtues de noir, se déplaçaient sur les toits des bâtiments le long de la rue. Toutes ces silhouettes portaient des fusils de précision et étaient des membres de l'équipe du [SWAT](#) de la police de Los Angeles qui se préparaient pour la soirée de gala qui allait avoir lieu plus tard. Ce fut sans conteste une sortie mémorable du centre de conférences.

## **Pas de chambre à l'hôtel**

Le quatrième SCALE a occasionné un nouveau changement de lieu. Cette fois-ci, nous sommes passés à un hôtel à la place d'un centre de conférences. Comme avec les années de plus en plus de personnes voyageaient pour assister à SCALE et séjournaient dans des hôtels proches, nous avons décidé d'étudier la possibilité que SCALE ait lieu dans un hôtel. Nous avons parcouru la région et avons fini par consulter un organisateur d'évènements pour trouver le bon endroit pour le nôtre. En nous installant dans un hôtel proche de l'aéroport de Los Angeles, la planification commença. Tenir l'évènement dans un hôtel nous a rapidement confrontés à de nouvelles problématiques propres aux hôtels. Une des plus importantes leçons que nous avons alors apprises a été de s'assurer que tous les contrats comportaient une clause convenue d'annulation.

À peu près cinq semaines avant l'évènement, nous avons reçu un appel des responsables du lieu qui nous informaient que leur entreprise annulait notre évènement pour attribuer le lieu à une autre manifestation. Cela a évidemment été un choc pour nous et nous a plongé dans la plus grande confusion. Le contrat avec l'hôtel ne comprenait pas une ligne sur les cas de résiliation pour changement de lieu, mais précisait seulement qu'ils pouvaient annuler la manifestation sans aucun

motif.

Après un grand nombre de coups de téléphone et de tractations avec les responsables du lieu initial, ils ont fini par accepter de nous indemniser pour nous aider à migrer vers un lieu de remplacement. Lequel nous a consenti les mêmes conditions pour tout ce qui concernait l'électricité, l'accès à Internet et l'équipement audio et vidéo. Tout s'est bien passé et l'équipe de SCALE en a tiré une précieuse leçon sur la façon de négocier ses futurs contrats.

## **Rappel !**

Tout compte fait, organiser une conférence est une entreprise gratifiante et un excellent moyen de rendre à la communauté ce qu'elle nous a apporté. Les conférences constituent un moment privilégié car elles permettent des échanges en personne dans un monde qui repose couramment sur des moyens de communication virtuels.

Voici les conseils que je donnerais à des organisateurs de conférences :

- commencez modestement, ne vous lancez pas dans un gigantesque évènement dès la première année ;
- saisissez les occasions, faites des erreurs, n'ayez pas peur de l'échec ;
- tout est dans la communication !

---

# **Le projet, c'est d'abord des**

# personnes (Libres conseils 34/42)

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur le [framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [Ouve](#), [Julius22](#), [Sphinx](#), [fubik](#), [peupleLà](#), [goofy](#), [KoS](#), [merlin8282](#), [Munrek](#), [Asta](#), [Jej](#), [Alpha](#), [lamessen](#)

## L'important, c'est les gens

### Nóirín Plunkett

*Nóirín Plunkett est une touche-à-tout qui maîtrise plusieurs domaines. Rédactrice technique le jour, son travail open source illustre l'expression « Si vous voulez que quelque chose soit fait, demandez à une personne occupée ». Nóirín a commencé dans l'open source avec Apache, donnant un coup de main sur la documentation du projet httpd. En moins d'un an, elle a été recrutée dans l'équipe de planification des conférences, qu'elle dirige désormais. Elle a participé à la mise en place du projet de développement communautaire chez Apache et a déjà agi en tant qu'administratrice d'organisation pour le [Summer of Code](#). Elle siège aux conseils d'administration de la fondation du logiciel Apache et de l'Initiative Open Cloud. Quand elle n'est pas en ligne, elle est dans son élément naturel sur une piste de danse. Mais c'est également une harpiste et chanteuse talentueuse et une excellente sous-chef (NdT : en français dans le texte).*

Rien ne vaut une voie classique, bien que la mienne le soit peut-être moins que la plupart des autres. J'ai fait ma première contribution quand j'avais la vingtaine. À cette époque, j'avais déjà travaillé plus d'un an chez Microsoft.

Mais après Microsoft, j'ai déménagé à l'étranger afin de poursuivre mes études. C'était sympathique d'avoir un divertissement, j'ai donc commencé à travailler sur différentes documentations et traductions et j'ai contribué au projet httpd d'Apache.

Comme par hasard, bien sûr, la conférence européenne sur Apache allait avoir lieu à Dublin, alors que, cet été-là, j'étudiais à Munich. Mais la chance sourit aux Irlandais et, avec un peu d'astuce, j'ai convaincu Sun Microsystems de financer ma participation à la conférence.

J'ai une photo du moment où j'ai pris conscience que cette chose appelée *open source* était bien réelle, et que ça allait changer le monde. C'était pendant la soirée avant la conférence. Nous n'avions toujours pas trouvé où la fibre se terminait, elle était censée constituer la colonne vertébrale de notre réseau. Nous avons vérifié chaque coin, chaque armoire et chaque plinthe, en vain. Nous avons laissé tomber pour cette nuit, et nous étions occupés à nous assurer que les salles qui accueilleraient les sessions de formation auraient au moins suffisamment de connectivité pour que les formateurs puissent utiliser leurs supports de présentation (1).

Et à mesure que la nuit tombait, que les routeurs révélaient lentement les secrets de leurs configurations par défaut, la demi-douzaine de volontaires, des gens que je n'avais rencontrés que dans l'après-midi même, devenaient des amis.

Je ne pourrais pas vous dire où sont les six filles avec lesquelles j'ai vécu pendant cet été-là à Munich. Mais je suis toujours en contact avec chacune des personnes que vous voyez sur cette photo. L'une d'elles a déménagé dans un autre pays, une autre est partie sur un autre continent. La plupart ont changé de travail entre-temps, j'ai eu mon diplôme et je me suis conformée à la grande tradition irlandaise de l'émigration pour trouver du travail.

Vous voyez, l'*open source*, c'est d'abord des gens. Vraiment, sur presque n'importe quel projet dont vous voudriez faire partie, le code ne vient qu'après.

Ce qui fait que travailler sur un projet est un bonheur et non une plaie, ce sont les gens. Ce qui fait qu'un projet prospère plutôt qu'il ne stagne, ce sont les gens. Bien entendu, vous serez capable de coder toute la nuit pour un projet si ça permet de résoudre un problème que vous pensez être important ; mais, à moins d'avoir des gens avec lesquels vous pouvez collaborer, discuter, concevoir et développer, vous allez probablement finir par perdre la motivation ou vous retrouver bloqué pour un bout de temps.

Les conférences, les sprints, les hackathons, les « retraites » (NdT : une ou plusieurs journées qui se concentrent sur la création de code de très bonne qualité plutôt qu'écrit dans l'urgence) ou tout ce que votre communauté appelle ses « moments de face à face », voilà leur vraie valeur : permettre de se retrouver face à face avec les gens avec lesquels vous avez travaillé. Les êtres humains sont des animaux sociaux ; les bébés reconnaissent des visages avant même de commencer à gazouiller, et peu importe à quel point les gens sont polis ou amicaux dans leurs courriels, il y a toujours quelque chose qui manque dans ces communications-là.

Rencontrer des gens en face à face nous donne une occasion de voir l'humanité de ceux avec qui on a pu avoir du mal à s'entendre, de partager la joie du travail bien fait avec ceux avec qui on aime travailler. Ainsi, si j'avais un conseil à donner à ceux qui commencent, et j'aurais aimé qu'on me le donne, ça serait de sortir, de rencontrer des gens, de coller des noms aux visages dès que l'opportunité se présente (2).

Et si vous trouvez que les occasions sont rares et trop espacées, n'hésitez pas à demander. Cherchez des gens qui voyagent près de chez vous ou qui vivent là où vous voyagez,

dénichez un parrainage pour assister aux grands événements de la communauté, organisez votre propre événement !

C'est la richesse de nos communautés qui donne toute sa valeur à l'*open source*, ainsi que les efforts partagés vers des objectifs communs. Et, bien sûr, les sessions musique, les repas, les pintes et les soirées ! Ce sont les choses qui nous rassemblent, et vous allez découvrir qu'une fois que vous avez rencontré les gens en personne, même vos interactions par courriel seront plus riches, plus gratifiantes et plus fructueuses qu'elles ne l'étaient auparavant.

---

*Notes de l'auteur :*

(1) Le lendemain matin, nous sommes allés dans les combles pour essayer de trouver la fibre, toujours rien. Pour finir, nous l'avons trouvée dans le local technique de la boîte de nuit, située dans le sous-sol à côté.

(2) Malheureusement, je dis ça comme une mise en garde : comme dans tout rassemblement important, assister à une conférence *open source* présente des risques. Certains pires que d'autres, mais d'après mon expérience, les agressions, particulièrement, semblent plus fréquentes dans les communautés techniques que dans les communautés non-techniques. Dénichez les événements qui publient un code de conduite ou une politique anti-harcèlement et demandez de l'aide si vous ne vous sentez pas en sécurité. La grande majorité des gens que vous trouverez dans un événement *open source* sont des êtres humains formidables et attentionnés. J'espère qu'avec le temps, changer les attitudes empêchera la minorité de penser qu'elle peut se permettre des comportements déraisonnables dans ce genre de lieux...



---

# Savoir vendre un projet (Libres conseils 33/42)

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur le [framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [Julius22](#), [Sphinx](#), [fubik](#), [peupleLà](#), [okram](#), [goofy](#), [merlin8282](#), [Munrek](#), [Texmix](#), [Asta](#), [Jej](#), [gregseth](#), [lamessen](#)

## Qui êtes-vous, qu'avez-vous à vendre et en quoi ça pourrait m'intéresser ?

Sally Khudairi

*Active sur le Web depuis 1993, Sally Khudairi est la publicitaire en embuscade derrière certaines des organisations et des standards les plus importants de cette industrie. Ancienne adjointe de Sir Tim Berners-Lee et championne toutes catégories de l'innovation collaborative, elle a aidé au lancement de [The Apache Software Foundation](#) en 1999 et en fut la première femme et membre non-technique élue. Sally est vice-présidente du marketing et de la publicité pour The Apache Software Foundation et directrice générale de HALO Worldwide, une société de conseil en communication pour des marques de luxe.*

Tout le monde est vendeur. Du PDG à la star des commerciaux, en passant par le gars qui répartit le courrier, chacun est un représentant de votre entreprise. Les technologies et les

stratégies ont changé au fil des années mais une bonne communication reste primordiale. Au bout du compte, tout le monde vend quelque chose, et c'est un équilibre intéressant à trouver dans la publicité ; qui vous êtes, ce que vous faites et ce que vous vendez sont souvent étroitement imbriqués. Quand les gens me disent qu'ils ne savent pas qui je suis, je leur demande s'ils ont entendu parler du W3C, d'Apache ou des Creative Commons.

La réponse habituelle est « bien sûr ! », ce qui me confirme que je fais bien mon boulot. Si vous savez qui ils sont et ce qu'ils font, tout va bien. Après tout, c'est le produit qui compte, pas le publicitaire. Je n'ai jamais cherché à être là : me faire les dents dans la communication à la naissance du Web n'était pas facile, mais grâce au ciel j'ai pu observer les autres et esquiver un certain nombre de torpilles. Après une forte montée en puissance et quelques projets très en vue, quel conseil pourrais-je partager avec un chargé de relations publiques en herbe, avec un porte-parole chevronné rompu à la pratique des médias, ou un technologue qui ose enfourcher le cheval ombrageux de la promotion, malgré ses ruades ?

## **N'oubliez jamais de vous manifester**

Quand vous vendez votre histoire à la presse, souvenez-vous que les médias, eux aussi, ont quelque chose à vendre. Bien sûr, au plus haut niveau, le rôle d'un journaliste est de raconter une histoire irrésistible et convaincante – qu'elle soit vraie ou non, que les faits soient exacts ou non –, qu'elle réponde ou non à une éthique, c'est une autre question. Qu'il s'agisse d'attirer le lectorat, de fidéliser les abonnés ou de promouvoir les espaces publicitaires, eux aussi sont en train de vendre quelque chose. Votre boulot, c'est de les aider à faire le leur. À dire vrai, il est possible que certaines personnes n'aient jamais entendu parler de vous, même si vous êtes dans le métier depuis déjà pas mal de temps. Même si ce n'est pas le cas, ils peuvent ne pas

savoir exactement qui vous êtes. Soyez clair sur ce que vous avez à offrir. Quelle est l'accroche pour la presse – quelle est la nouvelle ? Assurez-vous qu'elle est vraiment nouvelle. Soyez direct et venez-en rapidement au fait. Vous devez être prêt à répondre aux questions suivantes : « et alors ? », « En quoi ça pourrait m'intéresser ? » et « Qu'est-ce qu'il y a là-dedans pour moi ? ». Cela veut dire que vous devez vous poser des questions sur vous-même et sur votre produit. Les gens achètent des idées, pas des produits. Faire la promotion des avantages de ce que vous lancez vous aidera à améliorer vos chances d'obtenir une couverture médiatique. Faites un pas de côté : qu'êtes-vous vraiment en train de vendre ?

## **Jamais le vendredi**

Le pire des jours pour lancer un nouveau site web, diffuser un communiqué de presse ou informer les médias, c'est le vendredi. La probabilité qu'il se passe quelque chose et que personne ne soit disponible pour gérer les retombées est plus importante que vous ne pouvez l'imaginer. J'en ai eu une cuisante expérience dès le début de ma carrière. J'avais lancé la nouvelle page d'accueil du W3C un vendredi soir puis quitté le bureau et embarqué dans un avion pour Paris. Comme je venais du monde de la publication commerciale sur Internet, utiliser un tag propriétaire ne me posait aucun problème à partir du moment où il faisait le travail. Faire de même sur le site internet d'une organisation vouée à l'interopérabilité, en revanche, n'était pas une bonne idée. En quelques minutes, des douzaines de messages arrivèrent, demandant comment la <balise-aujourd'hui-dépréciée> était arrivée sur notre site. Et non, ça n'était pas <blink>...

**N' imaginez jamais que cela n'a**

# aucune importance

La crédibilité est essentielle. Même si vous êtes surchargé de travail, dévoué corps et âme ou partout à la fois, vous ne pouvez pas empêcher l'heure de sonner. Essayez de produire autant que vos capacités vous le permettent et demandez de l'aide si vous le pouvez. Certaines échéances doivent être négociées, et beaucoup d'éditeurs peuvent s'accommoder d'un retard dans le calendrier mais cela n'aura probablement pas (autant) d'importance une fois l'urgence passée si vous n'êtes pas capable de finir le travail. Tout comme pour l'art, le développement de standards et la relecture-correction, le processus peut se poursuivre et recommencer *ad nauseam*. Tandis que la créativité ne peut pas être gérée par le temps, des dates butoir strictes obligent à tracer une limite à un moment donné. Mais vous devez vous soucier des détails. Arrêtez-vous. Révisez tout et testez tous les liens. Assurez-vous que cela correspond parfaitement à la stratégie de la campagne ou de la marque. Les cycles de répétition font partie des grands principes structurants de la communication et le travail continuera à s'accumuler. Organisez-le et protégez votre réputation.

# Allez-y seul

Il est important d'avoir confiance en vos instincts, spécialement lorsque vous sortez des sentiers battus. Aux premiers jours du Web supercool et ultramoderne, tout le monde semblait s'en remettre aux stratégies habituelles des marques/rerelations publiques/marketing qui consistaient à faire des sites vitrines. Puis tout le monde « suivait le meneur » (le meneur est « le premier à l'avoir fait », dans de nombreux cas). Les tendances sont une chose, les attentes et les besoins de l'industrie en sont une autre : « c'est comme ça que tout le monde fait » ne veut pas dire que c'est bien pour vous, votre projet ou votre communauté. Ma carrière dans la

communication a commencé lorsque j'ai renvoyé le sous-traitant que nous avons choisi et tout ramené en interne.

Nous avons été parmi les premières organisations à mettre une adresse URL sur notre plaquette commerciale, et nous avons été les premiers à utiliser une URL comme source d'un communiqué de presse alors que les agences de presse nous disaient que cela n'était pas conforme et contraire aux règles. Faites confiance à vos connaissances. Allez à contre-courant et bousculez les règles de manière responsable. Sachez vous différencier. Il est permis d'être un dissident tant que vous pouvez soutenir vos idées.

## **Offrez vraiment des perspectives**

Bon nombre des technologies dans lesquelles je suis impliquée finissent en produits au bout de trois à cinq ans. Ceci signifie que, dans bien des cas, il est difficile d'établir une quelconque relation à un produit comparable. Il est crucial que vous expliquiez clairement votre position en utilisant le moins de jargon possible. La plupart des journalistes et analystes non-développeurs avec lesquels je suis en contact ne suivent pas les activités d'une certaine communauté au quotidien et ne savent pourquoi telle fonctionnalité est meilleure qu'une autre, même si c'est une évidence pour vous.

Dire qu'on va « privilégier la forme plutôt que le fond » est plus pertinent aujourd'hui que jamais. Forme. Fond. Je marque toujours une séparation à ce sujet lorsque je fais de la formation aux médias : présentez trop le fond ou trop la forme et votre campagne risque d'échouer. La perception est fondamentale et la cause de bien des conflits. Tout sur la forme = « branché + hyperbole » = « Ah, ces marketeux ! ». Tout sur le fond = « des zéros et des uns » = « Ah, ces geeks ! ».

Il vous faut comprendre et pouvoir expliquer clairement quel

est le problème que résout votre produit. En sachant mieux présenter le problème, vous pourrez mieux en expliquer la solution. Les détails accessoires, les anecdotes et les succès, voilà ce qui donne à la presse un moyen d'attirer l'attention de son lectorat. Vous devez savoir répondre à la question « Qu'y a-t-il pour moi là-dedans ? », parce que c'est ce qui incite les journalistes à fouiller un peu plus dans votre histoire, qui, en retour, permet aux lecteurs d'en savoir plus sur vous. La forme répond à la question « Qu'y a-t-il pour moi là-dedans ? », c'est donc l'hameçon. Le fond est le comment on y parvient.

## **Ayez des porte-parole sur la brèche**

Ayez toujours quelqu'un de disponible pour parler à la presse. Oui, ça peut être vous, mais sachez qu'il y aura un moment où, même si vous avez une histoire bien planifiée à raconter, vous pourriez ne pas être disponible. Avec qui d'autre travaillez-vous ? Qui vous connaît ? Qui vous soutient ? Définir ces personnes et distribuer les rôles pour clarifier qui dit quoi contribue beaucoup à diminuer les maux de tête potentiels. J'agis habituellement en tant que porte-parole *d'arrière-plan* afin de pouvoir passer du temps avec un journaliste pour trouver ce qu'il recherche spécifiquement et comment nous pouvons lui donner les informations pertinentes du mieux possible.

J'explique comment les choses fonctionnent, principalement sur les processus ; cela met mes « vrais » porte-parole en meilleure position pour dire quels sont leurs besoins et minimise le risque de perdre leur participation en chemin. Préparer les bonnes personnes est aussi important que de les rendre disponibles. Pendant mes cours de formation aux médias, je mets quelques diapositives « surprenantes » qui soulignent les leçons particulièrement intéressantes apprises au fil des ans.

Nous avons par exemple connu une pagaille de représentants dans les premiers jours de l'incubateur Apache, où 15 personnes ont répondu à une demande de la presse en 48 heures... beaucoup d'opinions, mais qui était la « bonne » personne à citer ? Ne laissez pas la presse en décider ! Un autre scénario suprenant comprenait une fête de lancement globale avec des centaines d'invités, des représentants de la presse partout, des DJ, de la musique à fond, des cocktails à flot, et tout ça durerait jusqu'à très tard dans la nuit avec des rumeurs de soirées en *after*.

Très tôt le matin suivant, la presse a débarqué (oui, bien sûr, j'accepte les appels du Financial Times à quatre heures du matin !). J'ai accepté avec excitation. Cependant, il s'avéra que nous n'avions pas de représentant disponible : le président était dans un avion à destination du Japon, le téléphone portable du directeur était éteint (avec une bonne raison, apparemment) ; les membres du conseil d'administration indisponibles, l'équipe non préparée. Des dizaines d'occasions manquées. Rappelez-vous : quand le communiqué de presse est diffusé, le travail commence tout juste.

## **Ne soyez pas surpris de le voir affluer de partout**

Ils ont tous un avis. Et ils vont probablement vous le donner.

## **Ne compliquez pas les choses à outrance**

Si vous pensez que vous avez trop de choses à dire, c'est probablement le cas. Les facultés d'attention ne sont plus ce qu'elles étaient ; la distraction/l'échec est à portée de clic. Rappelez-vous que vous pouvez toujours travailler par étapes. Décomposez votre histoire si nécessaire. Coupez un long communiqué de presse et utilisez des supports

documentaires comme des fiches de description technique et des pages de témoignages à la place. Le principe de segmentation (« cinq plus ou moins deux ») est quelque chose que j'utilise encore et encore. Créez votre propre cycle de publication pour vos messages et renforcez régulièrement votre présence. Créez une FAQ ; si une question mérite d'être posée et n'y est pas, trouvez le moyen de compléter votre message. La répétition engendre la familiarité. Le renforcement progressif de votre appel à l'action est une bonne chose.

## **N'y touchez plus pendant 24 heures**

Parfois, vous avez besoin de prendre du champ. Vous éloigner d'un projet, d'un raisonnement, du travail en général. Accordez-vous une pause et essayez de garder un certain rythme. Prenez une journée pour laisser décanter et vous permettre de souffler. Bien que ce ne soit pas possible dans une entreprise gouvernée par les dates butoir, c'est un but à viser. La course effrénée, les courriels incessants et les tweets en continu déclenchent souvent des réactions à des urgences qui n'existent pas. Laissez le projet de côté, videz-vous la tête et revenez avec des idées claires. Faites un pas de côté et reprenez votre vie en main.

## **Visez haut**

Placez haut la barre et soyez conscient de votre valeur.

---

## **À petits pas vers le succès**



# (Libres conseils 32/42)

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur [le framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [Ouve](#), [merlin8282](#), [Julius22](#), [fubik](#), [lamessen](#), [okram](#), [goofy](#), [Munrek](#), [Asta](#), [Jej](#), [Alpha](#)

## Les projets trop ambitieux échouent

**Jos Poortvliet**

*Jos Poortvliet travaille en tant que gestionnaire de communauté pour SUSE Linux. Auparavant, il était actif dans la communauté KDE internationale en tant que responsable de l'équipe marketing. Dans sa « vie hors-ligne », il a travaillé dans différentes entreprises en tant que conseiller en stratégie d'entreprise. Il passe son temps libre à expérimenter dans sa cuisine, où il tente de parvenir à quelque chose de comestible.*

*« Mieux vaut faire beaucoup de petits pas dans la bonne direction qu'un grand bond en avant pour retomber en arrière. » (Vieux proverbe chinois)*

## Une idée géniale...

Il était une fois, au sein de l'équipe marketing d'un projet de logiciel libre, quelqu'un qui eut une idée géniale pour faire se développer le projet. Un programme serait mis en place pour permettre à des étudiants en informatique de prendre connaissance du projet et de le rejoindre. Des universités seraient contactées et quelqu'un s'adresserait à elles pour susciter leur intérêt. Des ambassadeurs iraient

alors dans ces universités pour y donner des cours et encadrer les premiers pas des étudiants dans le monde du logiciel libre. Une fois qu'ils auraient rejoint le projet en ligne, ils seraient encadrés sur des tâches simples et deviendraient finalement des contributeurs chevronnés ! Les universités adoreraient ce programme, bien sûr, et, avec un peu de chance, commenceraient à participer plus activement, en donnant à leurs étudiants du code à écrire pour le projet et bien plus encore.

## **... qui n'a pas fonctionné...**

J'ai vu l'idée développée dans la fiction ci-dessus sous bien des formes dans de nombreuses communautés et projets. C'est une idée géniale et d'un fort potentiel ! Nous savons tous qu'il faut commencer tôt – nos concurrents du logiciel propriétaire sont très bons pour ça. Nous savons également que nous disposons de suffisamment d'arguments pour convaincre les universités et les étudiants de participer – le logiciel libre et *open source* représente le futur, il offre de très belles possibilités de développement des compétences. Les compétences en programmation ou en administration sous Linux sont davantage demandées que des développeurs Java ou .NET ou que des administrateurs système Windows. Et surtout : c'est plus amusant. Quoi qu'il en soit, si vous allez dans des universités, vous ne verrez pas beaucoup d'affiches vous invitant à rejoindre des projets de logiciels libres. La plupart des professeurs n'en ont jamais entendu parler. Que s'est-il passé ? Permettez-moi de continuer mon histoire.

## **... pas à cause d'un manque d'efforts...**

L'équipe en a discuté longtemps. D'abord en mettant des idées en commun – de nombreuses idées concernant la concrétisation du concept ont fusé. Le responsable de l'équipe les a

rassemblées et mises sur le wiki. Un calendrier a été établi avec des échéances et le responsable a réparti les tâches, pour certaines parties. Certains ont commencé à rédiger des supports de cours, d'autres à lister les références des universités. Ils ont régulièrement demandé des suggestions et des idées sur la liste de diffusion et ont reçu beaucoup de réponses proposant d'autres supports de cours, que le responsable a ajoutés à la liste des choses à rédiger. Tout devait être fait pendant le temps libre des volontaires, mais on pouvait toujours compter sur le responsable pour rappeler les échéances aux volontaires.

Après quelques mois, une structure était visible et de nombreuses pages étaient créées sur le wiki.

Entre-temps, néanmoins, le nombre de personnes impliquées depuis la discussion initiale a diminué, passant de plus de 30 à environ cinq qui faisaient encore mine de travailler. Le responsable a décidé de revoir la feuille de route avec des dates butoirs et, après quelques appels lancés sur la liste de diffusion, 10 nouveaux volontaires s'engagèrent à réaliser diverses tâches. Le rythme s'est à nouveau un peu accéléré. Un certain nombre de choses qui avaient déjà été faites ont dû être mises à jour et il y avait d'autres ajustements à faire. Malheureusement, les choses ont continué à s'aggraver et le nombre de personnes impliquées a continué à diminuer. Des sprints mensuels furent mis en place, et ils ont en effet abouti à terminer davantage de choses. Mais il y avait simplement trop à faire. Au bout d'environ un an, les dernières personnes ont jeté l'éponge. Il n'en reste qu'une page wiki obsolète et quelques ressources dépassées...

## **... mais parce qu'elle était trop ambitieuse**

Alors pourquoi ça n'a pas marché ? L'équipe avait pourtant appliqué les meilleures techniques de gestion de projet qu'il

est possible de trouver sur le Web : brainstorming, puis mise en place d'un planning avec un échéancier, des objectifs précis ainsi que des responsabilités. Ils ont fait ce qu'il fallait faire sur un projet bénévole : solliciter les personnes, les impliquer, donner la possibilité à chacun d'exprimer son opinion. Ça aurait dû fonctionner !

Ce ne fut pas le cas pour une raison simple : c'était trop ambitieux. C'est une tendance. Des idées géniales reçoivent beaucoup de commentaires, sont inscrites dans de grands plannings qui se terminent en pages wiki incomplètes amenant à une faible implémentation qui finit par s'évanouir dans le néant.

Les responsables doivent admettre que la manière de travailler d'une équipe dans le domaine du logiciel libre et open source n'est pas la même que dans un environnement structuré et dirigé comme peut l'être une entreprise. Les gens ont tendance à être présents lorsque quelque chose d'excitant se produit, comme lors de la sortie d'une version majeure, puis à disparaître jusqu'au prochain gros événement. La création d'une équipe communautaire ne devrait jamais supposer que les gens resteront pleinement impliqués jusqu'à la fin. Il faut prendre en compte le fait qu'ils seront présents pendant un certain temps, puis s'absenteront durant de plus longues périodes avant de revenir. Les arrivées et les départs font qu'il y a beaucoup d'agitation superflue et que le travail avance lentement. Oui, il est possible de diriger des gens, mais il n'est pas possible de les gérer. Dès que vous apprenez à laisser l'aspect gestion de côté, vous pouvez davantage vous concentrer sur les choses à faire dans les plus brefs délais.

Ainsi, au lieu de prévoir les grandes étapes, trouvez quelque chose de plus modeste qui soit réalisable et utile en soi. Non pas une page wiki avec un planning, mais la première étape de ce que vous voulez accomplir. Et ensuite donnez l'impulsion en faisant les choses. Faites le premier brouillon d'un article. Créez la première version d'un dossier. Copiez-collez à partir

de n'importe quoi d'existant ou améliorez quelque chose qui existe déjà. Ensuite, présentez le résultat à l'équipe, aussi brouillon qu'il puisse être, et demandez si quelqu'un souhaite l'améliorer. Faites une petite chose et ça fonctionnera.

## **Ne planifiez pas, agissez...**

Comment alors allez-vous réaliser quelque chose d'aussi énorme qu'un programme de recrutement des étudiants avec le concours des universités ? Ne le faites pas ! Du moins, pas directement. Il faut en discuter avec toute l'équipe et le planifier – ça donnera certainement lieu à une discussion sympathique pouvant durer des semaines. Mais ça ne vous mènera pas loin. Gardez plutôt le plan pour vous-même. Sérieusement.

Je ne suis pas en train de dire qu'il ne faudrait pas en parler – vous le pouvez. Faites part de votre ambitieux projet à tous ceux qui sont intéressés. Et c'est tant mieux s'ils font des propositions. Mais n'en attendez pas trop, ne faites pas de plans au-delà de la première ou des deux premières étapes. Allez plutôt de l'avant, construisez sur ce qui existe déjà. Envoyez le brouillon d'un support de communication fraîchement créé ou amélioré à la liste de diffusion. Demandez à quelqu'un ayant donné un cours sur votre projet de partager son support et améliorez-le un peu. Qui sait, les personnes dont le travail vous sert de base pourraient vous venir en aide ! Les gens avec qui vous avez discuté de votre projet et qui partagent votre vision pourraient également vous aider. De cette façon, vous terminerez souvent quelque chose – un prospectus, un site web amélioré ou une présentation utilisable. Et les gens peuvent, peu à peu, commencer à les utiliser. Des ambassadeurs peuvent se rendre dans leur université et utilisant une des choses que vous avez déjà créées. Pour cela, ils auront certainement besoin de créer des éléments manquants – qui pourront ensuite se retrouver sur le wiki. Et vous progressez.

## **... et vous aurez votre château en Espagne !**

En marketing communautaire, la bonne stratégie ne réside pas dans le wiki. Elle ne dépend pas d'un programme ni d'un planning. Elle n'est pas non plus discutée chaque semaine avec l'équipe complète. Elle fait partie d'une vision qui s'est développée au cours du temps. Elle est portée par quelques personnes-clés qui indiquent le planning à court terme ainsi que les objectifs et elle est partagée par l'équipe. Mais elle n'a pas de date butoir ni de risque d'échouer. Elle est flexible et ne dépend de rien ni de personne en particulier. Et ça restera toujours un château en Espagne...

En conséquence, si vous voulez piloter un effort marketing pour une communauté de logiciel libre, faites en sorte que la vision d'ensemble reste une vision d'ensemble. Ne planifiez pas trop, mais faites en sorte que des choses se réalisent !

---

## **S'intégrer au projet par l'action, sans attendre (Libres Conseils 31/42)**

Chaque jeudi à 21h, rendez-vous sur [le framapad de traduction](#), le travail collaboratif sera ensuite publié ici même.

Traduction Framalang : [merlin8282](#), [goofy](#), [Corentin](#), [lerouge](#), [Asta](#), [peupleLà](#), [Alpha](#), [lamessen](#), [Julius22](#)

# Trouver ses marques dans une équipe de promotion

**Stuart Jarvis**

*Stuart Jarvis a commencé à travailler avec l'équipe de promotion de KDE en 2008 en écrivant des articles pour le site [web d'actualités de KDE](#). Il a appris à la dure comment faire bouger les choses dans une communauté du logiciel libre et participe davantage aux activités de l'équipe de promotion en écrivant les annonces des nouvelles versions de KDE et en rédigeant des articles sur les logiciels KDE dans la presse Linux. Il siège maintenant dans le groupe de travail marketing de KDE, contribue à définir la ligne de conduite pour la promotion de KDE et les activités marketing et aide les nouveaux contributeurs à trouver leurs marques. Il fait maintenant aussi partie de l'équipe éditoriale de KDE.News, là où il a commencé à participer.*

« C'est celui qui code qui décide » est le mantra du développement dans le logiciel libre. Mais que faire quand il n'y a pas de code ?

Rejoindre l'équipe de promotion et de marketing de votre projet de logiciel libre préféré représente un défi particulier. Pour les nouveaux codeurs, la plupart des projets ont des systèmes de révision du code, des mainteneurs et des pré-versions du logiciel qui les aident à mettre en évidence les erreurs dans le code, ce qui rend moins effrayante la contribution à leur premier correctif.

La promotion peut nécessiter que votre travail soit visible par le public, après une relecture minimale, parfois immédiatement. La nature non-hiérarchisée des communautés de logiciel libre implique qu'il y a rarement une unique personne vers qui vous pouvez vous tourner et qui pourra vous dire si

vos idées sont bonnes et prendre des responsabilités à votre place.

## **Obtenir un consensus versus obtenir des résultats**

J'ai d'abord commencé à contribuer à KDE en écrivant des articles pour le site d'actus officiel, KDE.News. J'avais déjà écrit pour des organes de presse, mais j'avais toujours affaire à une personne bien identifiée à qui j'envoyais un brouillon pour avoir un retour et faire les corrections demandées. Dans l'équipe de promotion de KDE, il n'y avait pas une seule personne ou un seul groupe de personnes pour assumer cette tâche. Je devais essayer, juger aux réponses que j'avais sur les brouillons d'articles et décider si j'avais tous les retours dont j'avais besoin et si l'article était prêt pour une publication.

Avec les conseils de contributeurs plus expérimentés, j'ai finalement appris à proposer quelque chose et à le publier en quelques jours s'il n'y avait pas d'objection majeure. Cette approche peut être utilisée par n'importe quel contributeur d'une équipe de promotion de logiciel libre, qu'il soit nouveau ou ancien.

Tout d'abord, travaillez sur la façon dont vous feriez quelque chose, que ce soit écrire un article, changer le texte d'un site web ou donner une conférence dans votre école locale. Planifiez, écrivez l'article ou le nouveau texte. Envoyez vos idées, pour relecture, sur la liste de diffusion de l'équipe de promotion de votre organisation. Surtout, ne demandez pas aux gens ce qu'ils en pensent – vous pourriez attendre des jours ou des semaines sans obtenir de réponse définitive. Signalez plutôt que vous allez publier ou soumettre votre texte, ou mettre en œuvre votre programme à telle date précise, en attendant les objections d'ici là.



Lorsque vous soumettez une date limite, pensez au temps nécessaire à chaque membre actif de l'équipe pour lire ses messages et évaluer votre proposition. Vingt-quatre heures est un minimum absolu pour un simple oui ou non en réponse à une question fermée. Lorsqu'il s'agit de quelque chose nécessitant une lecture ou une recherche, vous devriez envisager un délai de réponse de plusieurs jours.

Si la date limite que vous fixez ne rencontre pas une forte opposition, vous pouvez avancer. S'il existe de gros problèmes par rapport à votre projet, quelqu'un vous le dira. Les choses se font, en réalité. Vous ne serez pas frustré par un manque de progrès et vous aurez la réputation de mener à bien les tâches.

## **Enfin, c'est vous qui décidez**

Les communautés du logiciel libre peuvent facilement devenir des groupes de discussion. Tout le monde a son opinion. Si vous n'êtes pas prudent, les discussions peuvent s'éterniser, s'évanouir au fur et à mesure que les personnes s'en désintéressent et finir sans conclusion convaincante. Cela peut paraître assez difficile à gérer lorsque vous faites partie de la communauté depuis quelque temps : vous avez l'habitude de prendre vos propres décisions et d'avoir votre propre idée sur ceux dont les avis vous importent. Quand vous débutez, cela peut être très déroutant.

Si vous voulez que votre propre travail aboutisse, vous allez probablement devoir faire des choix entre des points de vue opposés. Vous pouvez mettre un terme au débat en donnant un résumé des points principaux et en donnant votre opinion sur ces points. Essayez de ne pas laisser de questions ouvertes en suspens, à moins que vous ne souhaitiez un débat plus long – donnez simplement vos conclusions et dites ce que vous allez faire. Dès lors que vous êtes correct, les autres personnes respecteront probablement votre avis, même si elles ne sont

pas d'accord.

## **Soyez proactif – n'attendez pas qu'on vous demande**

Le premier contact avec l'équipe de promotion que vous voulez rejoindre peut très bien être l'envoi d'un courriel sur leur liste de diffusion leur offrant vos compétences. Je pensais pouvoir énumérer mes points forts et espérer que les gens me suggéreraient des choses à faire. En pratique, ça ne fonctionne pas tout à fait comme ça.

La plupart des communautés manquent de volontaires et ont vraiment besoin de vos compétences. Mais comme elles manquent de volontaires, elles peuvent aussi manquer de temps pour donner de bons conseils et encadrer. Si vous voulez travailler sur une partie spécifique du projet, dites-le. Il est beaucoup plus facile pour quelqu'un du projet de dire simplement « Vas-y ! » plutôt que d'essayer d'arriver avec un projet qui correspond à vos compétences.

Même quand vous avez travaillé sur quelques projets et prouvé vos compétences, il y a peu de chances que vous soyez contacté directement pour une tâche. Ceux qui coordonnent l'équipe marketing ne connaîtront pas votre situation personnelle et peuvent donc être mal à l'aise à l'idée de vous demander quelque chose de particulier sur votre temps libre, gratuitement. Une communauté idéale va poster régulièrement – que ce soit sur une liste de diffusion ou une page web – les tâches que des volontaires peuvent prendre en charge. Si ce n'est pas le cas, trouvez vous-même des choses à faire et prévenez la liste de diffusion que vous êtes en train de les faire. Les gens vont le remarquer et cela augmente les chances que vous soyez directement contacté dans le futur.

Si vous êtes proactif, vous pouvez rapidement vous rendre compte que vous êtes l'une des personnes expérimentées de la

communauté vers qui les nouveaux venus se tourneront pour avoir des conseils ou du travail à réaliser. Essayez de vous souvenir comment c'était quand vous avez commencé et faites en sorte de faciliter au maximum leur vie de nouveau contributeur.