

Extrait du MARSOUIN.ORG

<http://marsouin.telecom-bretagne.eu/spip.php?article163>

cahier 12-2007

Participer à des développements libres, embaucher des développeurs : une stratégie commerciale ?

- Publications / Projets de recherche - Collectifs de production en ligne -
Date de mise en ligne : jeudi 30 août 2007

Description :

industrie des TIC, logiciel libre, stratégie commerciale, enquête quantitative.

MARSOUIN.ORG

Le logiciel libre est devenu, depuis quelques années, une réalité marchande de premier plan, et les entreprises s'impliquent de plus en plus dans les communautés de développement, qui apparaissent aujourd'hui comme un actif stratégique pour elles (Dahlander & Wallin, 2006). Dans Jullien & Zimmermann (2006), nous faisons l'hypothèse que cette implication peut s'expliquer par le positionnement marketing de l'entreprise et les caractéristiques de son marché.

Dans cet article, nous proposons de tester cette hypothèse à partir d'une enquête réalisée auprès d'entreprises francophones (France, Belgique, Suisse) annonçant utiliser des logiciels libres dans leur activité commerciale. Sur une base d'environ 500 entreprises identifiées, nous avons obtenu 141 réponses exploitables.

Mots clefs : industrie des TIC, logiciel libre, stratégie commerciale, enquête quantitative.

ABSTRACT.

_FLOSS (Free/Libre/Open Source Software) has become, since some years, an important phenomenon on the market. Firms are growingly involved into development communities who can be considered as strategic assets for these companies (Dahlander & Wallin, 2006) In Jullien & Zimmermann (2006), we defend the idea that this involvement can be explained by the characteristics of the markets the firms address.

In this article, we propose to test this hypothesis, thanks to a survey addressed to French speaking firms (France, Belgium, Switzerland) using FLOSS in their offers. On a basis of approximately 500 firms, we have collected 141 answers.

Keywords : ICT industry, FLOSS, marketing strategy, quantitative study.

Ce projet a été financé par le [GET](#) (action sur crédits incitatifs 2007, projet [Contrib 2.0](#))

Introduction.

Cela fait maintenant plusieurs années que le phénomène libre a émergé dans la sphère économique et de nombreux travaux scientifiques se sont intéressés au phénomène, parmi lesquels ceux publiés dans Terminal en 1999 [1] ont été précurseurs. Six ans plus tard, s'il reste beaucoup à faire pour comprendre le fonctionnement des communautés de développement, certaines questions posées alors ont trouvé des éléments de réponse, notamment celles concernant les motivations des développeurs individuels : pour résumer, et jusqu'à récemment, le logiciel libre était affaire d'informaticiens, qui co-développaient leurs outils de travail et avaient intérêt à travailler ensemble car leurs compétences étaient complémentaires (Lakhani et von Hippel. 2000, von Hippel 2002) ; les 'clients' des entreprises du libre étaient, à l'époque, plutôt les services informatiques des grands groupes (Jullien, 2003).

Aujourd'hui, le logiciel libre semble devenu un enjeu économique majeur, notamment pour l'Europe, comme en

témoigne le dernier rapport publié par la Commission Européenne sur le sujet, fin 2006 [2], ou l'analyse de [Dang Nguyen & Genthon \(2006\)](#) : « en focalisant sur un programme ambitieux de production de logiciel libre dans les systèmes embarqués et les réseaux domestiques, l'Europe peut atteindre plusieurs objectifs : permettre le libre accès à une ressource essentielle, stimuler la concurrence, faciliter la réalisation des objectifs de Lisbonne, et restaurer la compétitivité européenne dans les TIC ».

S'il s'agit toujours d'une organisation non marchande de production, ses produits intéressent le monde marchand, depuis IBM [3] qui a annoncé en 2001 investir plus d'un milliard de dollars dans Linux jusqu'à la « [share source initiative](#) » de Microsoft, qui reprend l'idée du partage du code source avec les utilisateurs, et distribue même certains de ses logiciels sous [une licence « open source »](#). Ils ne concernent plus seulement les informaticiens ou le marché des grands comptes : les entreprises proposant des solutions « libres » se tournent aussi de plus en plus vers les PME, comme en témoigne le [dossier du Journal du Net de septembre 2005](#). Lakhani et Wolf (2005) relèvent que, parmi les développeurs de logiciel libre ayant répondu à leur enquête, "a majority of [their] respondents are skilled and experienced professionals working in IT-related jobs, with approximately 40 percent being paid to participate in the F/OSS project." Enfin, l'intérêt du monde marchand pour le modèle du libre dépasse le cadre de l'informatique pour se diffuser aussi dans les télécommunications [4].

Plus récemment, Henkel (2006) a montré, en étudiant le système Linux « embarqué » que l'implication des entreprises suivait plusieurs stratégies, qu'elles ne dévoilaient pas l'ensemble du code qu'elles produisent, mais sélectionnent leur contribution. D'un autre côté, Dahlander & Wallin (2006), s'intéressant au projet d'interface graphique GNOME, ont montré que les entreprises poursuivaient des objectifs stratégiques, de suivi, de contrôle des communautés de développement, objectifs révélés par le type de développeurs impliqués dans ces communautés qu'elles embauchaient. Ils défendent l'idée que les communautés peuvent être vues comme un actif complémentaire à l'activité, et donc aux actifs spécifiques vendus par l'entreprise.

Dans Jullien & Zimmermann (2006), nous faisons l'hypothèse que cette implication peut s'expliquer par le positionnement stratégique de l'entreprise et les caractéristiques de son marché. Une analyse industrielle des marchés, nous permet d'expliquer, pour chaque sous-marché de l'industrie informatique, le degré d'implication global de l'industrie et certains positionnements stratégiques emblématiques de l'économie du libre, comme ceux d'IBM, de RedHat, de MySQL ou de Nokia.

Dans cet article, nous proposons de tester certaines hypothèses contenues dans Jullien & Zimmermann à partir d'une enquête réalisée auprès d'entreprises francophones (France, Belgique, Suisse) annonçant utiliser des logiciels libres dans leur activité commerciale. Sur une base d'environ 500 entreprises identifiées, nous avons obtenu 141 réponses exploitables.

L'article est construit de la façon suivante : dans la section 2, nous présentons l'arrière plan théorique de ce travail. Dans la section 3, nous proposons une série d'hypothèses sur le lien entre positionnement des entreprises et implication dans les développements libres. La section 4 présente les entreprises enquêtées et les données recueillies et la section 5 les résultats obtenus concernant les hypothèses proposées. Nous discutons des résultats obtenus et des suites à en donner en conclusion.

[1] "Logiciels Libres : de l'utopie au marché", Terminal, numéro spécial N°s80-81, Automne-Hiver 1999.

[2] « [Le logiciel libre est bon pour l'économie européenne, l'emploi des informaticiens et la compétitivité des entreprises...](#) ».

[3] La page d'IBM retraçant la « saga Linux » : <http://www-5.ibm.com/e-business/ch/fr/linux/growing.html>.

[4] Dans le domaine de la voix sur IP, le logiciel libre Asterisk, <http://www.asterisk.org/>, est une des offres les plus utilisées. Motorola a choisi Linux

Participer à des développements libres, embaucher des développeurs : une stratégie commerciale ?

comme un des trois systèmes d'exploitation pour ses terminaux mobiles.