

De nouvelles orientations pour la promotion du logiciel libre

Vincent Gross (dermiste@gmail.com)

Préambule

Regardons la réalité en face : les dernières actions d'Actux sont loin d'avoir eu un succès retentissant. On pourrait jouer à la patate chaude et nous entre-blâmer pour notre manque de motivation. On pourrait, tel le mauvais artisan, blâmer nos outils (liste de diff. vs. Forum). On pourrait se plaindre de notre manque de moyen. On pourrait se dire que de toute façon les gens sont des cons.

C'est vrai qu'au niveau moyens on casse pas la baraque. Si les cotisations des membres couvrent les frais fixes ça sera déjà un bon début. Cela étant, avons vraiment besoin d'une trésorerie conséquente ? Parmi les entreprises qui coûtent le moins cher à monter, on trouve celles qui travaillent sur du logiciel : qq postes, une connexion internet, et roulez ! Pas d'entrepôts, pas de chaîne de montage, pas de logistique. Nous sommes nombreux dans Actux à être déjà équipé d'un laptop, on a même pas à investir dans du matériel. Et bien entendu, pas de licences à payer. En regard, voyez combien ça peut coûter d'organiser un concert.

C'est sûr qu'une mailing-list et un forum ont chacun des situations où ils sont plus puissants que l'autre pour l'organisation. Mais il est quand même nécessaire de les alimenter. Et là on retombe sur la motivation.

Sommes nous intrinsèquement démotivés ? Je ne pense pas. Blasés tout au plus. Qui se fait encore des illusions sur le déroulement d'une install-party ? $\frac{3}{4}$ d'organiseurs, $\frac{1}{4}$ de visiteurs dans le meilleur des cas, et à 90% c'est pour résoudre un problème de drivers. Les gens s'en foutent quand on leur dit qu'on a un truc super et gratuit.

Les gens seraient-ils donc désespérément cons ? « On est toujours le con de quelqu'un » me disait maman. Retournons la formulation : les gens nous trouveraient-ils cons ? Après tout, c'est quand même bizarre de passer toute une après-midi à essayer de les convaincre d'utiliser un logiciel inconnu, alors qu'ils sont déjà suffisamment paumés avec leur Windows. Quel intérêt pouvons-nous trouver à ces saloperies qui plantent, qui font du bruit et qui coûtent cher ? Personnellement, je lutte encore pour formuler une explication concise et compréhensible (je vous épargne le résultat de mes voyages introspectifs, j'ai pas envie de passer une nuit blanche à rédiger ce document).

C'est ce déphasage entre ce qui nous intéresse et ce qui intéresse les gens qui est, selon moi, à l'origine de nos échecs. Il va falloir penser autrement si on veut se faire entendre. Je sais, se dire qu'on doit se comporter différemment des autres pour être pris en considération, c'est vexant. Mais dès le départ nous étions sur un terrain où les règles du monde physique n'avaient plus cours. Alors autant embrasser ce que nous sommes, et aller vers les autres en arborant fièrement nos différences.

Comment le passant voit l'informatique

Pour l'immense majorité des personnes, un ordinateur c'est une boîte magique qui de temps en temps tombe en panne. Ils appellent alors le SAV, qui leur donne des instructions mystérieuses, et ô miracle tout fonctionne à nouveau (ou à peu près). Entre les pannes, ils alimentent leur skyblog, rajoutent des amis à leur MySpace ou leur FaceBook, s'échangent des photos de vacances ou des PowerPoint à la con par e-mail, achètent la tasse à café que Georges Clooney utilise dans la pub Nespresso sur eBay, et se déchargent des gosses en les plantant devant un jeu (misanthrope, moi ?). Ils n'ont pas de temps à perdre à apprendre comment ça fonctionne. Ça fonctionne, pourquoi je me priverai de la Nouvelle Star pour savoir ce qui se passe quand je clique OK lors de la question « exécuter BadTrans.txt.exe » ? Ils prennent tellement de photos qu'ils les gravent sur CDs, voire

DVDs, et avec les clés USB publicitaires ils ont des copies de sauvegarde de leurs documents perso, la sauvegarde et la sûreté des données ne sont plus des problèmes.

En gros, ce qu'il faut en retenir, c'est que *les gens se foutent de la technique. Ce qu'ils veulent c'est du service. Et ils sont prêts à payer pour.* Conséquence : tout ce qui peut entraîner une indisponibilité de service, même si ça peut faire économiser de l'argent, c'est mauvais. Et le temps d'adaptation à un nouveau logiciel est une indisponibilité de service. Seul la satisfaction d'un besoin spécifique pourrait pousser le badaud à investir le temps et l'énergie pour réapprendre.

Le badaud étant une cible naturellement réfractaire aux changements, il est inutile de s'attarder dessus. Il nous faut trouver autre chose.

Aller chercher le besoin là où il se trouve

Samedi dernier se tenaient les Rencontres des Associations Bretonnes (ou un truc du genre). Dans l'espoir d'y trouver de quoi redynamiser Actux, j'y ai assisté, plus dans l'optique de faire dans le culturel qu'autre chose. J'y ai appris deux choses : la première, c'est que faire des manifestations culturelles, c'est un art, et que si on se lance tête baissée là-dedans, on va bêtement se vautrer. La deuxième, et c'est là où c'est intéressant, c'est que de nombreuses associations connaissent des problèmes d'organisation liés de près ou de loin au logiciel. A titre d'exemple, le site web qui devient de plus en plus cauchemardesque à mettre à jour, ou les contacts presses qui disparaissent d'une année sur l'autre, ou les fichiers d'organisation qui se balladent en n version entre m boîtes mail.

Analysons les éléments. Un, Ces personnes ont de vrais besoins à satisfaire. Deux, ces personnes donnent beaucoup de leur temps pour organiser des événements, et seraient très heureuses de pouvoir en récupérer un peu pour elles ou pour peaufiner. Trois, leurs moyens et connaissances sont limités. Quatre, nous avons et les connaissances, et le temps, et (en grande partie) les moyens.

La conclusion s'impose d'elle-même : aidons les gens qui ont en ont besoin, dans le plus pur esprit du logiciel libre.

Restructuration

Jusqu'à présent, Actux a essayé de fonctionner sur un modèle Business-to-Client, en visant directement le particulier. Je propose de passer sur un modèle Business-to-Business, ou plus précisément Business-to-Business-to-Client. Actux va se faire connaître à travers les réalisations des autres associations. Concrètement, ça peut être aider une association de culture musicale à monter une plateforme pour l'organisation d'un concert, et en retour avoir un stand lors de l'événement. On peut alors discuter avec les gens présents, comparer les situations avant et après, pourquoi pas leur faire une petite démo et bien insister sur le fait qu'eux aussi peuvent l'utiliser et l'adapter à leurs besoins. On peut même les mettre en cheville avec leur LUG local.

Alors le danger de cette approche, c'est de devenir une SSLL associative. C'est un peu déjà ce qui se passe à l'AFEV : la migration n'a pas été planifiée, il n'y a pas eu de formation ou trop peu, les problèmes s'entassent. Il faut donc faire bien attention à tempérer notre enthousiasme, pour ne pas envoyer nos partenaires dans le décor. Il faut les faire participer autant que possible, et transmettre autant de connaissances que possible. Plus qu'un sous-traitant associatif, *nous devons être une association de consulting en logiciel libre.*

Conférences & Débats

Enfin, il serait dommage de ne pas profiter de notre chance, je veux parler de celle d'être à la croisée des chemins de la production d'auteur, de la solidarité et d'une économie à forte valeur ajoutée. « Licences libres et musique », « Développement durable et logiciel libre », « Circuits économiques

du logiciel libre », on peut facilement faire la connexion avec un sujet d'actualité. Pourquoi devrions-nous nous cantonner à des conférences bêtement techniques ?

De tout ce que j'ai évoqué, c'est ce qui me semble être le plus dur à organiser. Il faut l'endroit, le moment, le contenu et le public. Il est possible de commencer petit en se greffant sur des événements existants et en proposant une ou deux conférences. Mais je pense que nous n'avons pas les reins assez solides pour soutenir un tel poids.

Bref

J'ai ici étalé autant que faire se peut mon raisonnement, mais finalement l'idée sous-jacente se résume ainsi :

- Fin des install-parties et conférences ;
- Consulting auprès des associations ;
- Présentation des résultats auprès du public.

Cela étant dit, je ne crois pas aux miracles. Certes cette stratégie présente l'avantage de nous demander de faire ce que nous savons faire, mais si derrière personne n'est là pour faire tourner la machine, ça ne sera qu'un coup d'épée dans l'eau de plus. Ou, plus explicitement : nous sommes une asso de promotion du logiciel libre, pas un club de rencontre pour linuxiens.