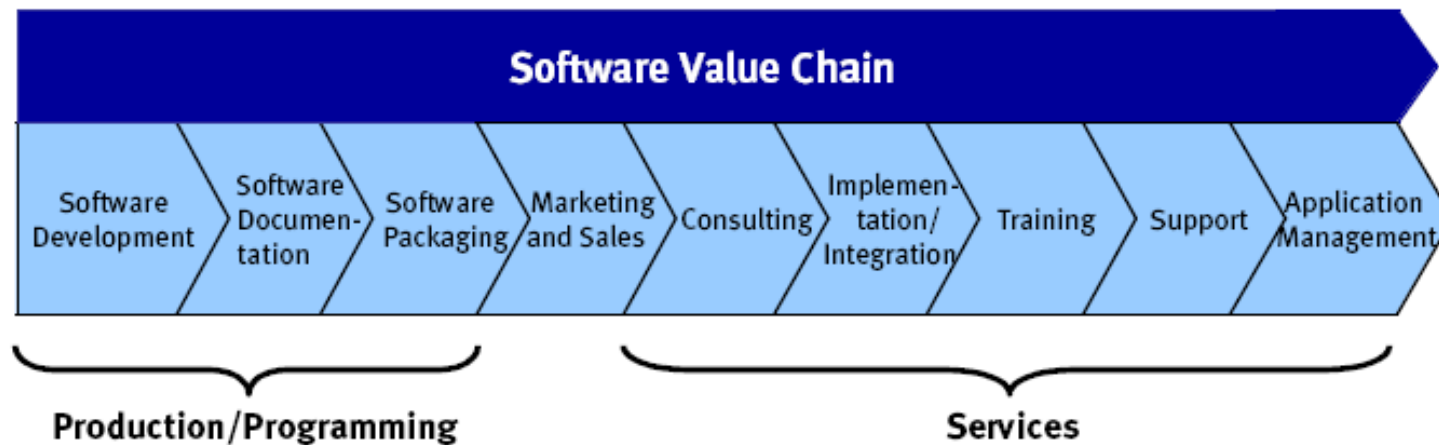




## 3 - Modèles économiques

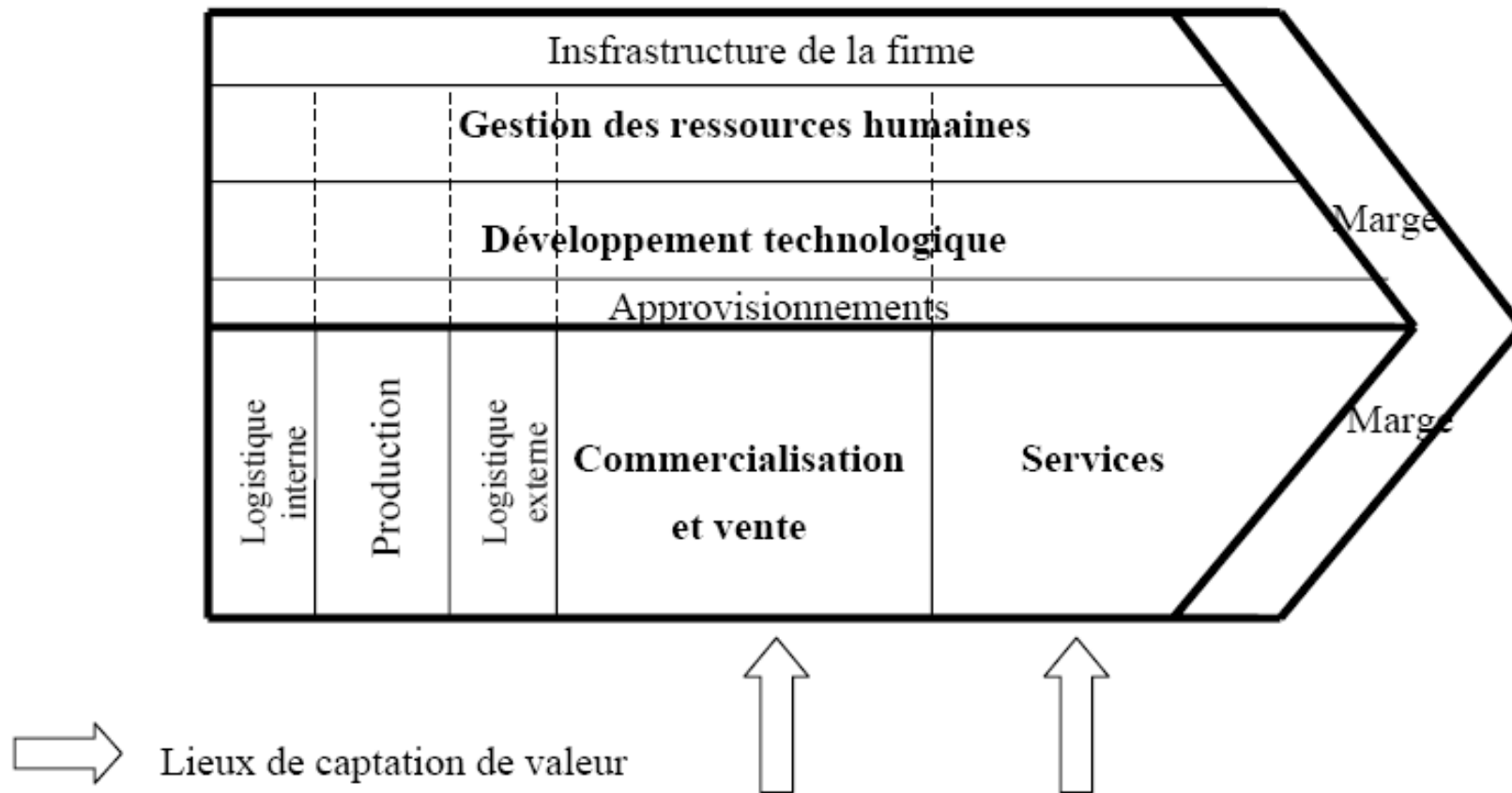
# Dans le modèle traditionnel (propriétaire)

- Création de valeur :
  - Essentiellement en interne (chez l'éditeur)



# Dans le modèle traditionnel (propriétaire)

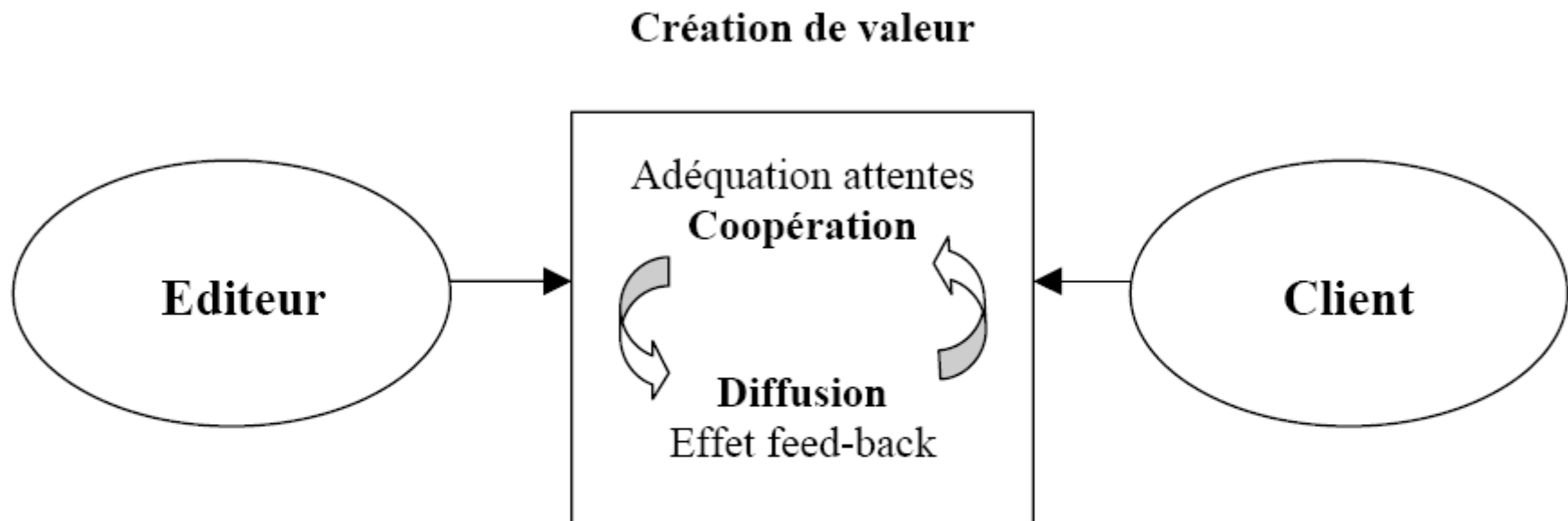
- Captation de valeur :



Source : Laure Muselli, inspiré de Porter (1986)

# Dans le modèle Libre

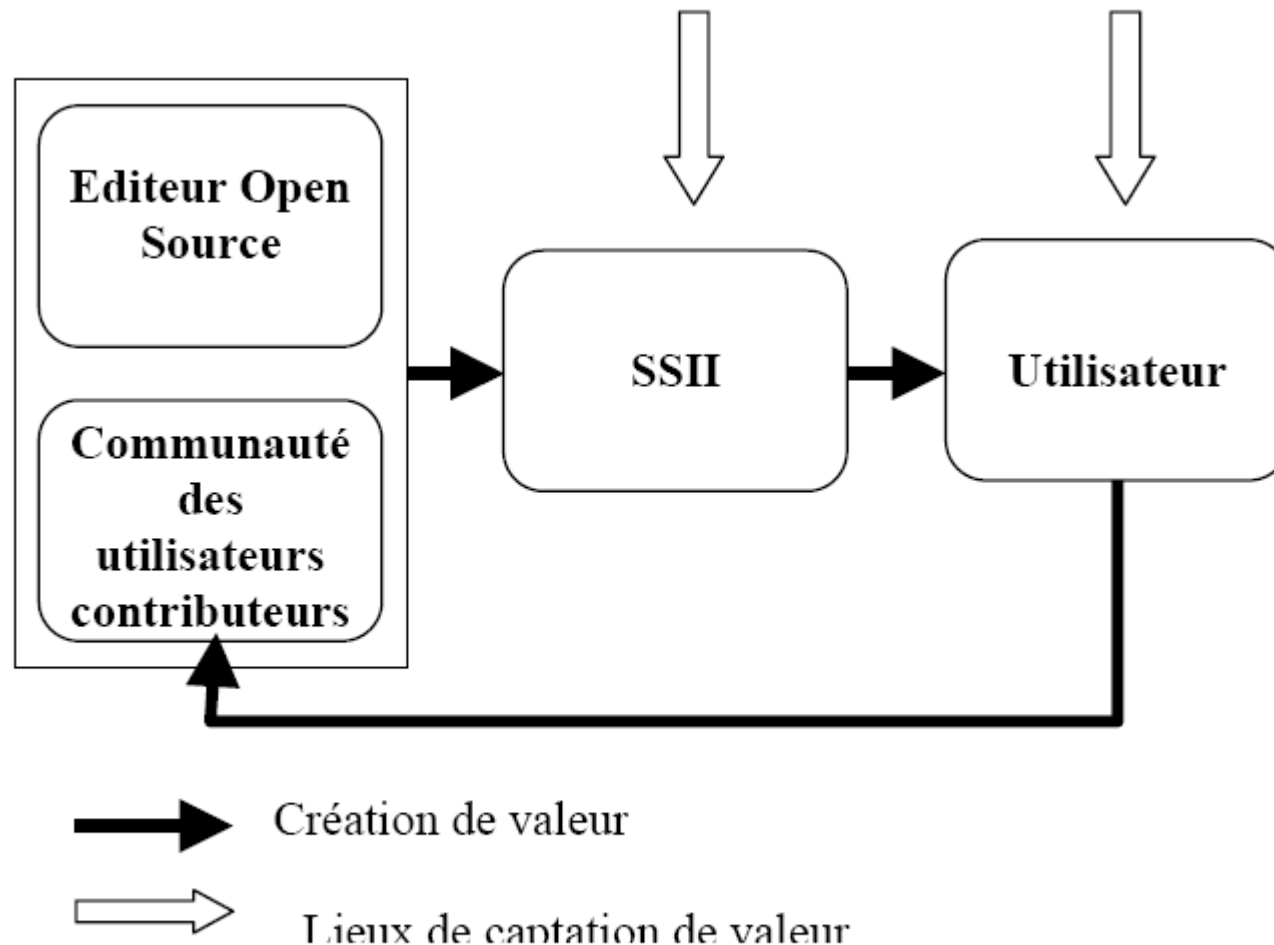
- Création de valeur :
  - Fait appel à des ressources externes (coopération)



→ Flux informationnels

# Dans le modèle Libre

- Captation de valeur :



# Les modèles économiques libres et open source



- Trois grandes familles :
  - Les stratégies de **produit**
  - Les stratégies de **service**
  - La **libération des logiciels non stratégiques**
- A chaque stratégie correspond des acteurs différents : éditeurs, sociétés de services, fondations...

# Stratégie produit

## *Le « produit vedette »*

- Un produit au centre de la stratégie d'entreprise
- Rémunération par des services dédiés
- Importance de la marque (barrière commerciale)
- Exemple
  - JBoss : Serveur J2EE sous GPL => diffusion de la marque => services J2EE

# Stratégie produit

## *Intégrer des composants*

- Créer un produit à partir de plusieurs composants et des développements
- Valeur ajoutée : intégration, tests, certifications, support, etc
- Exemple
  - Sun : StarOffice / Open Office : cristallisation du code Open Office + produits tiers => Star Office

# Stratégie produit

## *La double licence*

- Une version copyleftée ET une propriétaire
- Là encore, différents modèles
  - Version propriétaire avec plus de fonctionnalités
    - Exemple : SugarCRM
  - Iso fonctionnalités
    - La version propriétaire permet d'accéder à un produit certifié, à du support, une garantie éditeur, etc...
    - Exemple : Alfresco

# Stratégie produit

## *La licence chronodégradable*

- Permettre la perception d'une « rente » pour rentabiliser l'investissement
- Principe :
  - Instant  $t$  : sortie de la version commerciale propriétaire
  - Instant  $t+dt$  : publication de son code
- Exemple : AFPL Ghostscript & GNU Ghostscript (GPL) ( $dt =$  environ 1 an)

# Stratégie produit

## *Les fondations*

- Souvent des organismes à but non lucratifs
- Objectifs : gérer le développement et assurer la publicité autour d'une suite logicielle
- Financé par des grandes entreprises et des dons privés
- Exemple :
  - Fondation Mozilla, financé par AOL, Google...

# Stratégie service

## *Les SSLL*

- Une société de services en logiciels libres (SSLL)
  - Une société de services en ingénierie informatique (SSII)
  - spécialisée dans la réalisation de projets informatiques basés sur des logiciels libres ou logiciels Open Source
  - proposent des prestations développées exclusivement avec des composants logiciel libre
    - conseil, assistance, formation, intégration, développement...
- Exemple : IdealX, Evolix...

# Stratégie de libération des logiciels non stratégiques



- L'ouverture des gadgets
  - Ouverture de tout ce qui n'est pas directement générateur de revenus : pilotes, etc.
- Exemple :
  - Hewlett-Packard (pilotes d'imprimantes)
- Permet d'augmenter les ventes des produits propriétaires

# Synthèse sur les stratégies

- Il n'y pas une bonne stratégie
- La stratégie est liée au « métier » du logiciel
  - Y'a t-il beaucoup d'utilisateurs potentiels ?
  - Les utilisateurs peuvent ils contribuer ...
- Malgré tout, quelques stratégies se détachent
  - Les licences 100% libre pour les logiciels à forte base d'utilisateurs
  - Les double licences, plutôt pour les applications destinées aux grandes entreprises (ERP, CRM, ECM)
  - Les SSLL