



Protection du logiciel : le choix d'un mode de diffusion Open Source



JANUA

OPEN SOURCE & OPEN STANDARDS

Pascal FLAMAND

CEO

www.janua.fr



Présentation De Janua

- Société de services (SS2L)/éditeur fondée en 2004 à Sophia Antipolis
- Notre métier : l'expertise
- Notre crédo : l'Open Source
- Notre force : les hommes, leur vécu et leur motivation
- Notre problématique : comment valoriser notre R&D et nos développements logiciels ?

Les compétences de Janua

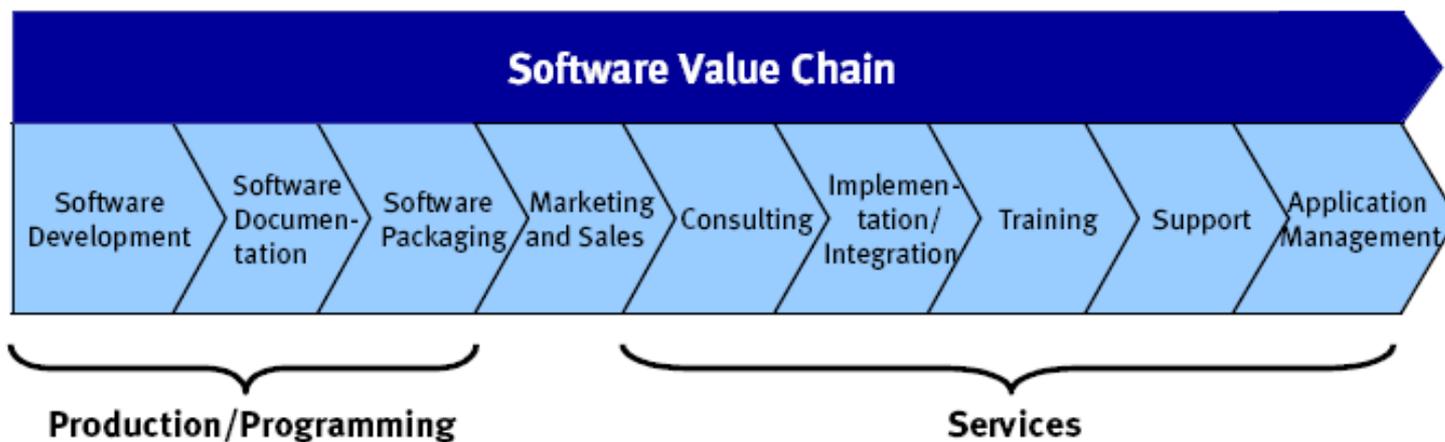
- Consulting, implémentation et déploiement de solutions de gestion de l'identité.
- Etudes d'opportunités et accompagnement à la migration Open source, déploiement de solutions d'infrastructures, virtualisation.
- Développement au forfait et expertise sur des composants Open Source, Embarqués et Temps Réel.
- Editeur de logiciels (CmakeBuilder, Jaguards, JAC, KressourcesWCAP et EZ-Slony)

Création et captation de valeur dans l'industrie logicielle :

- Singularité des biens numériques :
 - Coûts variables de reproduction proche de zéro,
 - Coûts fixes de développement très élevés.
- Sur l'ensemble du cycle de vie d'un logiciel, il existe
 - Des points de création de valeur
 - Des points de captation de valeur

Dans le modèle traditionnel (propriétaire)

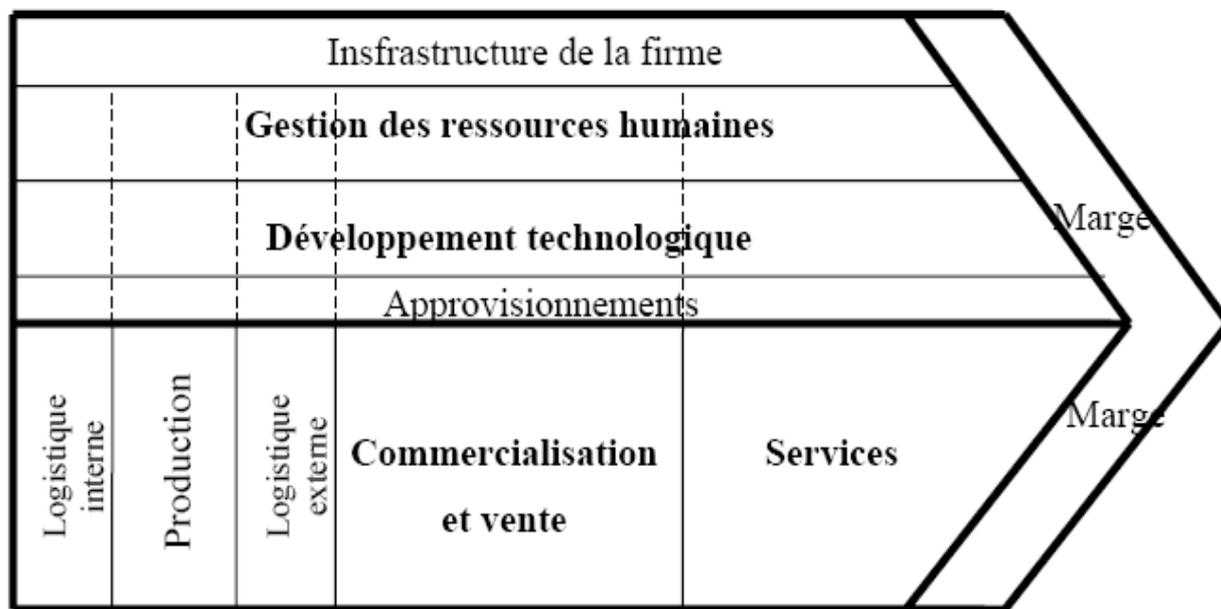
- Création de valeur :
 - Essentiellement en interne (chez l'éditeur)





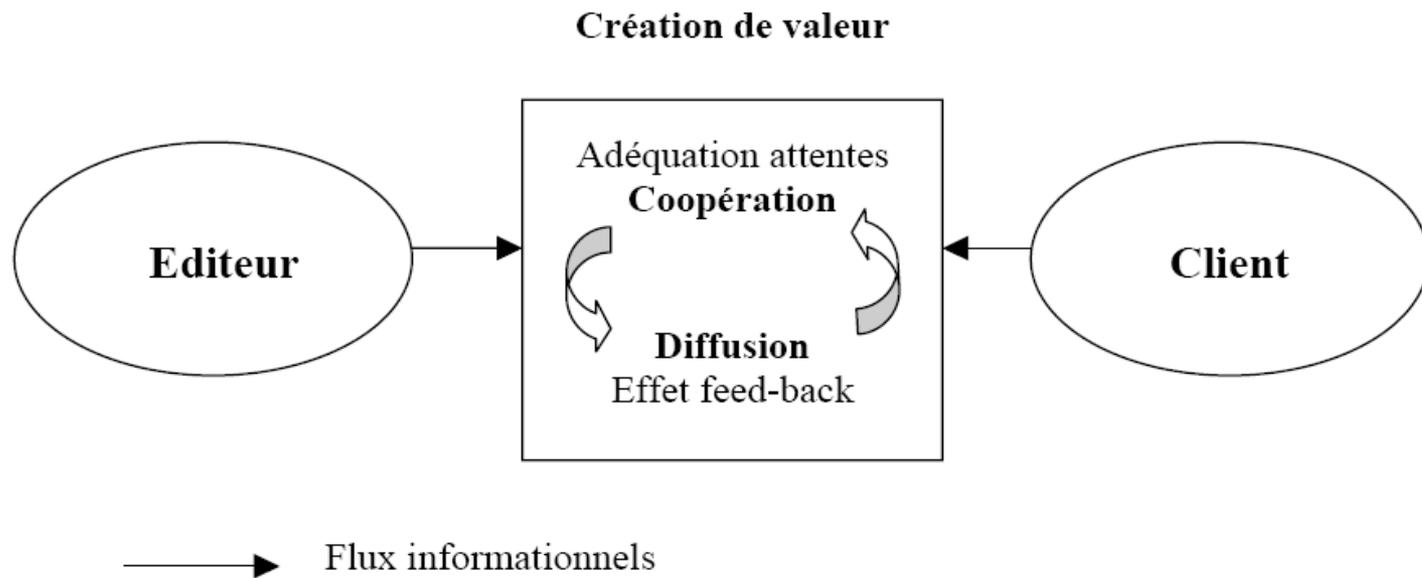
Dans le modèle propriétaire

- Captation de valeur :



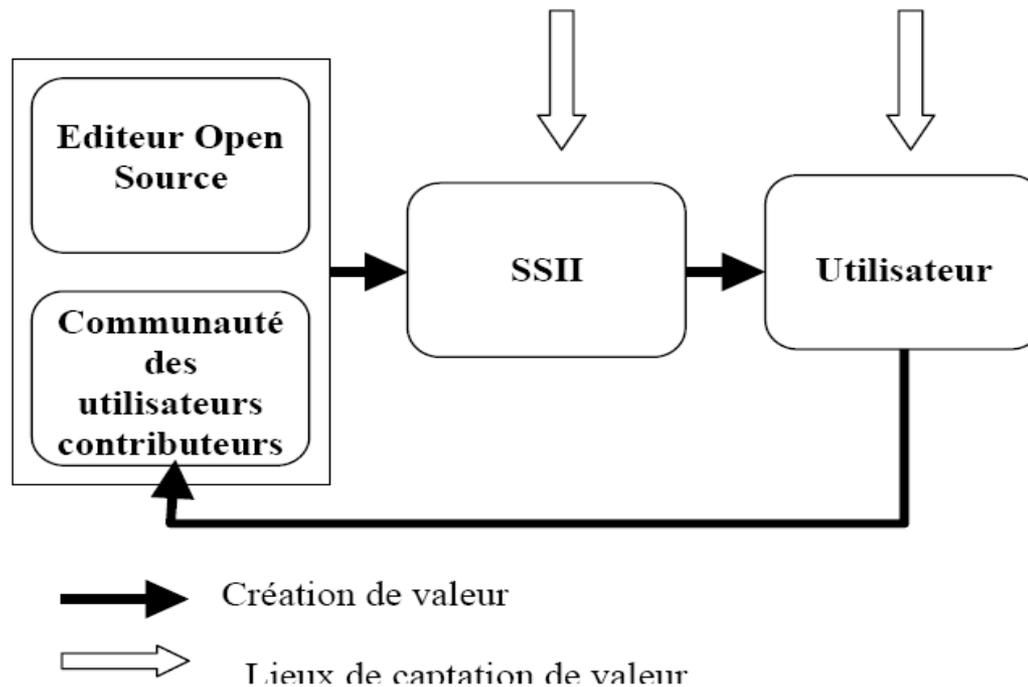
Dans le modèle Libre

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



Dans le modèle Libre

- Captation de valeur :





Modèle(s) économique(s)

- Quelques traits généraux
 - La liberté du logiciel conduit à un abaissement des barrières (technologiques) à l'entrée
 - Corollaire : difficulté de vivre de la vente d'un produit
 - Modèle => rémunération sur les services
 - Rééquilibrage des forces entre le client (co-créateur) et l'entreprise
 - Importance des communautés
- Douze modèles économiques, 4 familles :
 - Les stratégies de produit
 - Les stratégies de service
 - La libération des logiciels non stratégiques
 - La vente de produits dérivés

Les stratégies de produit

- Le « produit vedette » : produit au centre de la stratégie d'entreprise => rémunération par des services dédiés - importance de la marque (barrière commerciale) - exemples : Jboss, Zope, Jabber, Apache
- Intégrer des composants: valeur ajoutée dans intégration, tests, certifications, support.. - exemples : les distributions Linux (RH, Suse, Ubuntu,.....)
- La double licence : copyleft basé sur le copyright => versions copyleftée et propriétaire - rémunération sur la vente de licences propriétaires - exemples : MySQL, TrollTech (Qt)
- La licence chronodégradable : permettre la perception d'une « rente » pour rentabiliser l'investissement - principe : t =sortie de la version commerciale propriétaire, $t+dt$ =publication de son code - exemple : AFPL Ghostscript & GNU - Ghostscript (GPL) (dt = environ 1 an)

Stratégie de produit..(suite)

- Le «dynamitage» : Ouverture du code à des fins de diffusion
 - Parallèle avec la politique de la terre brûlée : tuer la concurrence en la privant d'un revenu - exemple : Open Office : perte de 20% de parts de marché de MS Office
 - Déplacer la lutte vers les services (ouverture du code => marché encore concurrentiel)
- La « vitrine » personnelle : un logiciel libre peut être une excellente carte de visite - exemple : Linus Torvalds et Linux, Guido van Rossum et Python, etc

Les stratégies de service

- Le sur-mesure - exemple : ERP5, Jaguards
- Coopétition et édition mutualiste - exemple : IDX-PKI par IdealX
- Les services dérivés – Intégration, formation, etc....

La 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), Apple (base Darwin)
- L'ouverture de l'infrastructure : un site d'information vend de l'information, pas son infrastructure – exemple : Wanadoo Messenger basé sur Jabber, Sun avec Solaris 10 et Java...

Faut-il passer tous ses softs en libre ?

- Pour le domaine des « utilities » (environnements de développement, serveurs d'application, serveurs web, messagerie, bureautique, SGBD, SSO) la réponse est clairement oui, la « valeur » sur des produits banalisés est dans le service et l'expertise...
- Pour les applications métiers (ERP, collectivités locales, Ecad-Mcad), la réponse est moins évidente :
 - Si nouvel entrant, oui, cela permet de « dynamiter » le marché et de lever les barrières à l'entrée
 - Si déjà sur le marché et bien positionné, le modèle apporte peu (pas de contribution, levier marketing inexistant...)

Les solutions retenues par Janua

- Le principe de la double licence pour les logiciels métiers (Jaguards et JAC):
 - Le coeur du produit (algo+fichiers de conf en GPL)
 - Les plugins métiers, installeurs et/ou GUI payants
 - La vente avant tout de prestations de personnalisation
- La GPL pour les logiciels d'infra (Kontakt2WCAP, Ezslony), Janua se rémunère sur :
 - Maintenance et support
 - Consulting méthodologique pour les déploiements lourds
- La licence chronodégradable pour CmakeBuilder

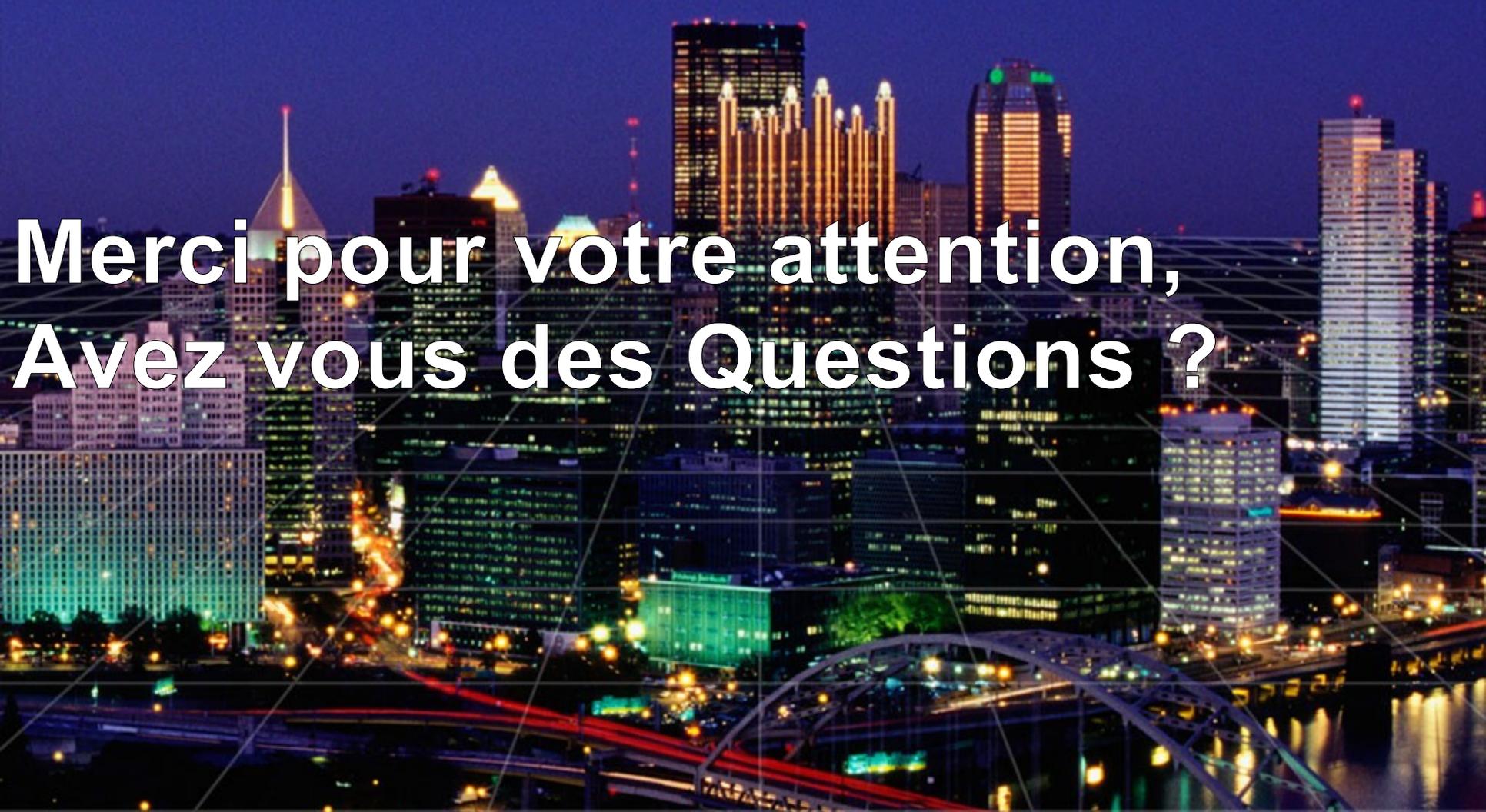


Si vous désirez approfondir le sujet...

- Rendez-vous le 12 Juin à 8h30, même lieu pour une présentation du groupe de travail open source de Télécom Valley :

"Workshop : Comment valoriser un projet grâce à l'Open Source"

- Étude de cas
- Les business models Open Source : lequel choisir pour valoriser et monétiser son projet ?
- Les licences et enjeux légaux : quel choix faire? quels sont les pièges à éviter?
- La création et l'animation d'une communauté Open Source : comment maximiser ce formidable levier ?
- Le retour d'expérience de 3 membres de Télécom Valley



Merci pour votre attention,
Avez vous des Questions ?



JANUA

OPEN SOURCE & OPEN STANDARDS

Pascal FLAMAND
CEO
www.janua.fr