

Rationalisation et marchandisation des organisations à but non lucratif :

Le cas du Free / Libre / Open Source Software¹

Laure Muselli

Télécom ParisTech

Laure.muselli@telecom-paristech.fr

Stéphane Tywoniak

Queensland University of Technology Business School

Résumé :

Cet article s'intéresse au processus évolutionniste de construction et de structuration du champ des Free / Libre / Open Source Software (FLOSS). Il étudie en particulier la façon dont un champ appartenant à la sphère non marchande et impliquant exclusivement des organisations à but non lucratif, s'est peu à peu structuré en champ hybride autour des sphères non marchande et marchande, et d'acteurs sociaux appartenant à ces deux sphères. Son objectif consiste à approfondir notre compréhension de la façon dont les interactions entre les entreprises à but non lucratif et les entreprises à but lucratif dans un champ particulier façonnent le processus évolutionniste menant à la rationalisation et à la marchandisation des organisations à but non lucratif.

Il fait écho aux récents et nombreux travaux de recherche ayant pour objet le secteur des organisations à but non lucratif et faisant état de leur tendance à une plus grande rationalisation, une professionnalisation, une obligation croissante de rendre compte de leurs activités d'une manière plus transparente, et une marchandisation de leurs activités. Selon un processus isomorphe, ces organisations à but non lucratif auraient ainsi tendance à imiter les entreprises marchandes et à adopter leurs pratiques, avec parfois pour conséquence une réorientation de leurs missions. Dans cet article, nous proposons de dépasser la vision isomorphe de ce processus et d'étudier de façon plus fine les interactions entre les organisations à but non lucratif (marchandes et non marchandes) et les organisations

¹ Une version antérieure en anglais de cet article a été présentée au sein du sous-thème « The Rationalization and Professionalization of the Nonprofit Sector » du 28ème colloque EGOS, qui s'est tenu à Helsinki du 5 au 7 juillet 2012.

marchandes à but lucratif qui structurent un champ. Nous cherchons également à identifier dans quelle mesure ce processus modifie les pratiques, les valeurs et les organisations de ces différents acteurs sociaux.

Notre méthodologie repose sur une étude de cas longitudinale du FLOSS de ses débuts à aujourd'hui, sur la base de données secondaires. L'échantillon de données est constitué d'environ 800 articles et documents organisationnels relatifs au processus de rationalisation du FLOSS et de sa transition du champ du non lucratif vers un champ hybride non lucratif / lucratif. L'étude couvre une période de 27 ans qui débute en 1983 et se termine en 2010. Notre approche consiste à étudier simultanément l'évolution des organisations à but lucratif et celle des organisations à but non lucratif, ainsi que leurs interactions.

Nous montrons que les processus de rationalisation et de marchandisation ne sont pas imposés unilatéralement par l'extérieur aux organisations à but non lucratif impliquées dans le FLOSS. C'est plutôt une transformation négociée entre ces acteurs et ceux du secteur marchand qui décrit le mieux le processus de structuration du champ. Ainsi, les éditeurs historiques de logiciels marchands à but lucratif, ont eux aussi connu des changements dans leurs processus et leurs organisations, au contact des organisations à but non lucratif du FLOSS. Ce cas met en évidence une influence mutuelle entre les acteurs sociaux du FLOSS et les éditeurs de logiciels commerciaux propriétaires traditionnels, et la transformation de leurs interactions, d'opposition radicale en coexistence mutuellement bénéfique.

Mots-clés : Organisations à but non lucratif, rationalisation, marchandisation, FLOSS, Open Source.

Rationalisation et marchandisation des organisations à but non lucratif :

Le cas du Free / Libre / Open Source Software

1. INTRODUCTION

Les Free / Libre / Open Source Software (FLOSS)² (David & Rullani, 2008), apparus dans les années 80, puis démocratisés progressivement au cours des deux dernières décennies, font aujourd'hui partie à part entière du paysage de l'industrie informatique. De nombreux chercheurs ont été intrigués par ce phénomène qui, de fait, a été étudié sous plusieurs angles. Certains ont pu s'attacher aux problématiques de diffusion dans un contexte de bataille de standards entre Microsoft et Linux (Bonaccorsi and Rossi, 2003; Economides and Katsamakas, 2006), d'autres y ont vu un nouveau modèle d'organisation et d'innovation collaborative reposant sur des communautés de pratique (Lerner and Tirole, 2002; Lee and Cole 2003; Demil and Lecocq, 2006; O'Mahony and Ferraro, 2007), alors que d'autres encore s'intéressaient aux problématiques de modèles d'affaires en lien avec des produits dont les conditions de protection intellectuelle étaient délibérément moins restrictives que pour des logiciels propriétaires traditionnels (Välimäki, 2003 ; Dahlander, 2005). De notre point de vue, le phénomène FLOSS est bien entendu intéressant à ces différents égards, mais aussi du point de vue de la construction du champ FLOSS lui-même, de sa transformation et de sa marchandisation. Ainsi, d'un champ appartenant à la sphère non marchande et impliquant exclusivement des organisations ou projets informels à but non lucratif, il s'est peu à peu structuré en champ hybride autour des sphères non marchande et marchande, et d'acteurs sociaux appartenant à ces deux sphères.

² Dans cet article, nous avons choisi d'utiliser le terme FLOSS, acronyme de Free / Libre / Open Source Software, utilisé par de nombreux chercheurs pour qualifier les logiciels dits libres (« free » en anglais) ou open source. Ce choix n'est pas anodin, car il permet l'utilisation d'un terme générique pour décrire un champ où cohabitent plusieurs acteurs sociaux qui associent des valeurs et des pratiques différentes au FLOSS. Ainsi, lorsque nous souhaiterons parler des logiciels FLOSS ou du champ des FLOSS dans son ensemble, nous utiliserons cet acronyme. En revanche, l'objet de ce travail consistant à analyser de façon plus fine les pratiques, valeurs et interactions de ces différents acteurs sociaux, nous serons amenés à utiliser les termes plus spécifiques de Free/Libre ou d'Open Source lorsque nous souhaiterons différencier ces deux mouvements sociaux ou champs.

La transformation des activités non marchandes, et plus particulièrement celle des missions, valeurs et pratiques des organisations à but non lucratif engagées dans ces activités, a attiré l'attention des chercheurs ces dernières années. En effet, de nombreux travaux de recherche, ayant pour objet le secteur des organisations à but non lucratif, identifient une tendance isomorphe en faveur d'une plus grande rationalisation, d'une professionnalisation, d'une obligation croissante pour ces institutions de rendre compte de leurs activités d'une manière plus transparente, et d'une marchandisation de leurs activités³ (Minkoff & Powell, 2006; Tuckman & F.Chang, 2006 ; Hwang & Powell, 2009). Cette nouvelle orientation conduit ces organisations à imiter les entreprises marchandes à but lucratif, en adoptant leurs pratiques (Frumkin, 2002; Hwang & Powell, 2009), ce qui résulte parfois en une réorientation de leur mission (Minkoff & Powell, 2006; Tuckman & F.Chang, 2006). Bien que quelques-unes des forces et influences entraînant ce type de changement aient été identifiées, le processus évolutionniste par lequel les organisations à but non lucratif (marchandes et non marchandes) et les organisations marchandes à but lucratif structurent les champs reste toujours assez mal compris.

L'objectif de cet article consiste donc à rendre compte du processus de structuration d'un champ particulier initialement investi par les organismes à but non lucratif (ici celui des FLOSS), aboutissant à la rationalisation et à la marchandisation de ces organisations. Notre recherche est motivée par les questions suivantes : Quelles sont les forces qui influencent la transformation des pratiques, valeurs et missions des organisations à but non lucratif ? Ce processus de structuration influence-t-il également celles des entreprises marchandes à but lucratif ? Et enfin, comment ces différents types d'organisations interagissent-elles et négocient-elles ce processus de structuration ?

Le cas des FLOSS constitue une perspective intéressante dans la compréhension des processus sociaux à l'œuvre dans la structuration d'un champ autour d'organisations à but non lucratif et à but lucratif et d'activités marchandes et non marchandes. En effet, il a donné lieu à de nombreuses mutations et se termine par un niveau élevé d'hybridation qui permet d'observer de nombreuses transformations des pratiques, valeurs et organisations de différents types

³ Une distinction claire doit être faite entre les termes « à but non lucratif » et les termes « non marchand ». En effet, si les statuts des organisations à but non lucratif empêchent ces dernières de redistribuer leurs profits, cela ne les empêche pas de s'engager dans des activités marchandes, qui peuvent être des sources de financement. Par exemple, les écoles de commerce ayant le statut d'association de droit privé sont des organisations à but non lucratif, bien qu'elles fournissent un service payant à leurs étudiants, matérialisé par les frais de scolarité.

d'organisations à but lucratif et non lucratif. De plus, l'étude de ce champ permet de mettre en évidence les interactions croissantes entre les organisations à but non lucratif et des entreprises à but lucratif. Nos données empiriques consistent en une étude de cas longitudinale du FLOSS depuis ses débuts dans les années 1980, et notre approche à étudier simultanément l'évolution des organisations à but lucratif et celle des organisations à but non lucratif à travers leurs interactions.

L'étude de ce champ fournit ainsi une perspective originale par rapport à l'hypothèse généralement présentée dans la littérature de convergence isomorphique par laquelle les pratiques des organisations à but lucratif se diffusent dans le secteur des organisations à but non lucratif. Nous montrons que plutôt qu'un changement imposé unilatéralement par l'extérieur aux organisations impliquées dans les FLOSS, c'est une transformation négociée au cours du temps entre les acteurs du FLOSS et ceux du secteur marchand à but lucratif qui décrit le mieux le processus. En effet, les éditeurs de logiciels marchands à but lucratif, initialement spécialisés dans les logiciels propriétaires, ont eux aussi connu des changements dans leurs processus et leurs organisations, au contact des organisations à but non lucratif à l'origine du développement de FLOSS.

Cet article est organisé en quatre parties. La première partie présente une revue des différents travaux consacrés à la récente transformation du champ des organisations à but non lucratif, vers plus de rationalisation, de professionnalisation, de transparence et de marchandisation et aux explications de ce phénomène. Dans la deuxième partie, nous présentons la méthodologie utilisée pour réaliser notre cas sur les FLOSS. La troisième partie est consacrée au cas des FLOSS en lui-même. Nous y présentons l'histoire des FLOSS, puis les différentes négociations entre acteurs sociaux à l'origine de la marchandisation des FLOSS et du processus de rationalisation permettant la création d'un champ hybride marchand/non marchand grâce à la collaboration entre organisations à but non lucratif et entreprises à but lucratif. Dans la quatrième partie, nous mettons en avant les contributions de cet article et proposons une conclusion.

2. REVUE DE LA LITTERATURE

Selon Steinberg and Powell (2006), les organisations à but non lucratif se définissent comme des organisations « ne pouvant, en vertu d'une réglementation externe ou de leur propre structure de gouvernance, distribuer leur surplus financier à ceux qui contrôlent l'utilisation des actifs organisationnels ». Pour ces auteurs, le secteur du non lucratif (non profit sector) est

constitué d'un ensemble hétérogène d'entités privées définies comme « à but non lucratif », dont les frontières s'avèrent difficiles à définir. En effet, il se compose de types d'organisation très différents en termes de sources de financement, de statut légal, de niveau de professionnalisation et d'objectifs (Frumkin, 2002). Ce secteur comprend nombre d'organisations aussi différentes que des hôpitaux et des universités, des petits programmes d'accompagnement, des organisations à adhésion privée, ou encore des congrégations religieuses.

En dépit de l'image traditionnelle des organisations à but non lucratif dont les activités reposent sur des amateurs et des bénévoles, des recherches récentes mettent en évidence trois tendances : (1) une augmentation du nombre de cadres salariés, accompagnée d'une professionnalisation croissante (Frumkin, 2002; Hwang & Powell, 2009); (2) une rationalisation croissante de leur activité ainsi qu'une nécessité de rendre compte de cette activité à leurs donateurs de façon plus transparente (Cloutier, 2011); (3) une hausse des revenus commerciaux comme moyen de financement de leurs activités (Cordes & Burton A. Weisbrod, 1998; James, 1998; Tuckman & F.Chang, 2006; Weisbrod, 1998). Ces trois tendances sont liées entre elles et se renforcent les unes les autres.

Parallèlement à l'émergence d'un nouvel esprit dans le secteur des organisations à but non lucratif, sous la forme d'entrepreneuriat social (Frumkin, 2002), les activités commerciales remplacent de plus en plus les traditionnelles subventions privées et gouvernementales comme sources de financement (Cordes & Burton A. Weisbrod, 1998; Weisbrod, 1998). Aujourd'hui, les activités commerciales constituent un complément aux donations d'entités privées et aux subventions des gouvernements pour un nombre croissant d'organisations à but non lucratif, quand celles-ci ne dépendent pas entièrement de ce type de revenu pour financer leurs activités. En conséquence, de plus en plus de managers issus d'entreprises marchandes à but lucratif sont attirés par le secteur du non lucratif (Tuckman & F.Chang, 2006), diffusant ainsi des méthodes comptables, des modèles organisationnels, des pratiques et des outils de gestion empruntés à la sphère marchande à but lucratif. En résultent la standardisation et l'homogénéisation des comportements au sein des secteurs du lucratif et du non lucratif. Celles-ci sont légitimées au nom d'une transparence plus grande réclamée par des parties prenantes telles que les donateurs, ainsi que la nécessaire rationalisation décrite par Hwang and Powell (2009). Ces éléments amorcent un mécanisme auto-renforcé par lequel un secteur rationalisé fonctionnant avec des managers orientés vers l'activité marchande est susceptible

de provoquer une augmentation des activités commerciales et de réorienter les missions des organisations à but non lucratif.

Les interactions permanentes entre les organisations à but non lucratif et celles à but lucratif ont également été identifiées comme une des causes de la progression des activités commerciales dans le secteur non lucratif. Par conséquent, ces interactions sont aussi partiellement à l'origine des changements de mission qui en ont résulté, dans la mesure où les profits en viennent à être considérés comme le principal objectif de bon nombre d'organisations à but non lucratif (Sheth, 1993). Des recherches montrent depuis quelques temps déjà que loin d'être déconnectées, les organisations à but lucratif et celles à but non lucratif interagissent dans le cadre de nombreux types de relations, en tant que sous-traitants, concurrents, adversaires, propriétaires, fournisseurs, clients ou alliés (Abzug & Webb, 1999; Weisbrod, 1998). De telles relations justifient la possibilité d'une diffusion de pratiques et de valeurs de la sphère non lucrative au secteur du lucratif. Par exemple, les objectifs des collaborations des entreprises avec des organisations à but non lucratif ne se limitent pas toujours au seul aspect philanthropique affiché (Galaskiewicz & Colman, 2006). Dans ce type de relation, les entreprises poursuivent bien souvent des objectifs commerciaux et stratégiques visant à accroître leurs bénéfices (Austin, 2000; Pankratz & Gibson, 1999; Weeden, 1998) ou recherchent des avantages politiques tels que l'institutionnalisation de certaines valeurs dans la société (Haley, 1991). De la même façon, lorsque des entreprises investissent une industrie traditionnellement dominée par des organisations à but non lucratif, la compétition qui en résulte peut conduire à l'introduction de nouvelles valeurs dans le secteur à but non lucratif. L'imitation des comportements des organisations à but lucratif par les organisations à but non lucratif peut en fin de compte faire dévier ces dernières de leur mission originale (Minkoff & Powell, 2006; Nelson & Zeckhauser, 2002; Tuckman & F.Chang, 2006). Cela peut être « intentionnel, comme lorsqu'une organisation à but non lucratif choisit consciemment de rediriger ses activités dans de nouvelles directions, ou non intentionnel, comme lorsque la nouvelle direction est déterminée par des forces telles que la concurrence, la demande des donateurs ou une exigence financière » (Tuckman & F.Chang, 2006, p.634).

Alors qu'aujourd'hui, les recherches académiques reconnaissent l'influence du secteur marchand à but lucratif sur les transformations identifiées dans le secteur des organisations à but non lucratif, les interactions entre ces deux sphères sont encore assez mal comprises. Ainsi, une grande partie de la littérature disponible sur ce thème présente la rationalisation, la pro-

fessionnalisation, ainsi que l'augmentation des activités commerciales qui ont lieu chez les organisations à but non lucratif comme un processus d'influence unidirectionnel qui conduit ces organisations à imiter les organisations commerciales à but lucratif. Ce processus se trouve donc théorisé comme une convergence isomorphique par laquelle les pratiques des organisations à but lucratif se diffusent dans le secteur des organisations à but non lucratif. Dans cet article, notre approche consiste à incorporer simultanément l'évolution des organisations à but lucratif et celle des organisations à but non lucratif à travers leurs interactions. Elle fournit ainsi une perspective originale par rapport aux hypothèses de convergence et d'isomorphisme.

3. METHODOLOGIE

Notre étude empirique de la construction du champ des FLOSS et des interactions entre les organisations à but lucratif et celles à but non lucratif au cours de ce processus suggère en effet une vision plus nuancée du processus de rationalisation, de professionnalisation, de marchandisation des activités et de nécessité croissante pour ces institutions d'en rendre compte. Plutôt que d'être imposé au secteur des organisations à but non lucratif par des acteurs à but lucratif, ce processus est négocié entre ces différents acteurs sociaux. En effet, les interactions entre les organisations à but non lucratif destinées à développer des FLOSS et les éditeurs de logiciels commerciaux traditionnels, qu'elles soient d'ordre compétitif ou coopératif (Dahlander & Magnusson, 2005; O'Mahony & Bechky, 2008) entre autres, ont contribué à la co-construction et la transformation des pratiques et des valeurs de ces deux types d'organisation. Ce processus peut être décrit comme réciproque, les organisations de chaque secteur adoptant certains des attributs de l'autre, tout en gardant pourtant leurs propres identités.

Cet article présente les résultats d'une étude qualitative longitudinale du champ des FLOSS. Elle inclut les interactions entre les sphères du non lucratif et du lucratif de l'industrie des logiciels, qui ont façonné à la fois le processus de transformation des organisations destinées à développer des FLOSS et celui des traditionnelles organisations commerciales spécialisées dans le développement de logiciels propriétaires.

Notre échantillon de données est constitué d'environ 800 articles et documents organisationnels relatifs au processus de rationalisation du FLOSS et de sa transition du champ du non lucratif vers un champ hybride non lucratif / lucratif. L'étude couvre une période de 27 ans qui débute en 1983, lors de la création de la Free Software Foundation et se termine en 2010. Une

telle étude historique longitudinale permet l'identification des acteurs impliqués dans l'évolution du champ des FLOSS, ainsi que l'évolution de leur comportement à son égard. L'utilisation de données secondaires telles que des articles de journaux, des études académiques contemporaines et des documents organisationnels, est selon nous la plus appropriée pour remplir cet objectif, dans la mesure où elles nous procurent une source d'information continue (Harris, 1991; Weick, 1979). Dans un souci de triangulation, les données ont été collectées à partir de plusieurs journaux : Computerworld, une revue professionnelle hebdomadaire américaine ciblant les DSI, et The Economist, un hebdomadaire britannique plus généraliste. Ces données ont été complétées par des documents organisationnels (communiqués de presse et archives de sites web) et des articles académiques contemporains. Les articles de presse ont été sélectionnés en utilisant des mots-clés relatifs aux FLOSS. Cette liste a été testée et adaptée afin de renvoyer le nombre d'articles représentatifs le plus élevé possible, tout en éliminant les mots-clés redondants.

Chaque article a été codé par acteur et par année, en « retraçant les événements au fur et à mesure, chronologiquement »⁴ (Reay & Hinings, 2009: 635), de façon à étudier la façon dont le champ des FLOSS s'est structuré. Nous avons identifié les événements principaux ponctuant un processus de transition vers une plus grande rationalisation, une marchandisation et une hybridation non lucratif / lucratif, afin de décomposer le processus en différentes périodes. De la même façon, nous avons également identifié les acteurs principaux (du champ des FLOSS et du champ propriétaire) qui ont initié et ont participé à ce processus.

Afin d'étudier les interactions entre les groupes informels, les organisations à but non lucratif, les organisations à but lucratif, et leurs conséquences à chaque période du processus, nous avons comparé les pratiques des acteurs sociaux du FLOSS à celles des acteurs non FLOSS, ainsi que le discours public de chaque type d'acteur à l'égard de l'autre. Cette approche nous a permis d'identifier des changements de discours et des étapes dans la diffusion des pratiques entre les deux secteurs.

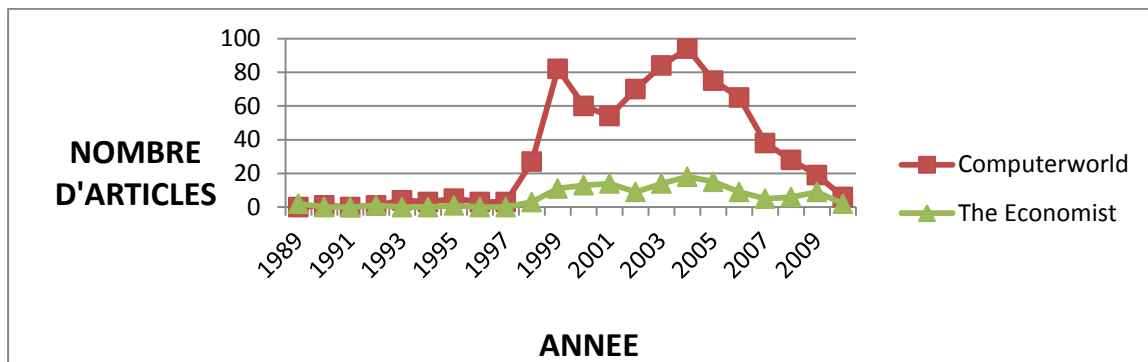
En plus de l'analyse de contenu des articles de notre échantillon de données, nous avons procédé à un comptage du nombre d'articles pour chaque période et chaque journal (figure 1). Ce comptage montre des pics d'intérêt au cours du temps, qui nous permettent de confirmer l'analyse de contenu. Par exemple, le graphique montre un pic en 1998-1999, qui correspond

⁴ Traduction littérale de l'anglais « tracking events as they occurred » (Reay & Hinings, 2009: 635).

à la seconde période de notre historique, période de transition vers une marchandisation du FLOSS.

Dans ce papier préliminaire, bien que nous présentions une vue d'ensemble de l'étude globale sur la période 1985-2010, nous nous concentrons plus particulièrement sur la période 1985-1999, avec des résultats détaillés pour cette période seulement.

Figure 1 : Nombre d'articles concernant FLOSS entre 1989 et 2009



4. ETUDE DE CAS

(Dans cette partie, notre analyse couvre les deux premières périodes de notre étude. Elle présente les résultats de ces périodes et donne un aperçu des résultats complets, notamment de la troisième période).

Le phénomène d'émergence d'acteurs spécialisés dans les FLOSS au sein de l'industrie d'édition de logiciels se distingue des exemples présentés par la plupart des travaux traitant des organisations à but non lucratif. En effet, ces analyses décrivent en général des cas où les organisations à but lucratif viennent concurrencer des organisations à but non lucratif déjà positionnées sur une activité, et non l'inverse (Minkoff & Powell, 2006; Nelson & Zeckhauser, 2002; Tuckman & F.Chang, 2006). Or, comme nous l'expliquerons plus tard, les initiatives FLOSS ont émergé en réaction aux pratiques des entreprises commerciales à but lucratif traditionnelles, qui étaient perçues comme trop restrictives par certains acteurs sociaux. Le cas des FLOSS constitue donc une perspective intéressante dans la compréhension des processus sociaux à l'œuvre dans la structuration d'un champ autour d'organisations à but non lucratif et d'autres à but lucratif.

4.1 Histoire des FLOSS

De notre échantillon de données émergent des événements clés (Langley, 1999) qui nous permettent de structurer le processus autour de trois périodes (voir tableau 1) : (1) L'émergence du Logiciel Libre (Free Software) autour d'organisations à but non lucratif et/ou de projets de logiciels libres informels (1983-1997) ; (2) Une période de transition durant laquelle s'opère un glissement vers la marchandisation des FLOSS (1998-1999) ; (3) La structuration d'un champ hybride marchand / non marchand autour des organisations à but non lucratif et des entreprises commerciales. Cette structuration s'accompagne d'une formalisation organisationnelle, de la rationalisation des organisations à but non lucratif et d'un changement dans les pratiques des organisations à but lucratif (2000-2010).

Tableau 1 : Chronologie des principaux événements du FLOSS

Emergence du logiciel libre autour d'organisations à but non lucratif et/ou de projets informels	1983	- Lancement du projet GNU, visant à développer un système d'exploitation libre, équivalent d'Unix.
	1985	- Création de la Free Software Foundation par Richard Stallman.
	1989	- Richard Stallman et Eben Moglen écrivent la première version de la licence GPL.
	1991	- Linus Torvalds développe la première version de Linux.
	1992	- Linux est diffusé sous licence GPL.
	1994	- Red Hat développe et diffuse sa propre version de Linux.
	1995	- Développement d'Apache, un serveur HTTP libre. - Développement par Digital Equipment Corp. d'une station de travail d'entrée de gamme 64-bit sur laquelle fonctionne Linux.
	1996	- Caldera Inc. lance une version commerciale améliorée de Linux, destinée à fonctionner sur un serveur internet.
Glissement vers une marchandisation des FLOSS	1997	- Corel annonce qu'elle utilisera le système d'exploitation Linux comme base pour l'interface utilisateur graphique de son VNC (Video Network Computer).
	1998	- De 500 000 en 1994, le nombre d'utilisateurs de Linux atteint les 7 millions. - Eric Raymond publie des notes de service internes de Microsoft, divulguées et faisant état du danger représenté par les logiciels à code source ouvert. - Eric Raymond écrit « La cathédrale et le bazar ». - Eric Raymond crée le mouvement Open Source (opensource.org) - Lotus, HP, IBM, Silicon Graphics, Sun Microsystems et Dell Computer viennent grossir la liste des supporters de Linux. - IBM annonce un partenariat avec RedHat et Caldera pour le développement de Linux, la sur ce logiciel et sa certification.
	1999	- Une enquête réalisée par Data Corp. montre que l'utilisation de Linux par les entreprises avoisine les 13%. - Des grands comptes, parmi lesquels Burlington Coat Factory Warehouse, Cendant et General Motors reconnaissent avoir déployé Linux à grande échelle. - LinuxCare, Sybase et HP annoncent des services de support pour Linux.

		<ul style="list-style-type: none"> - Introductions en bourse réussies pour Red Hat et VA Linux. - Red Hat élargit sa mission de support à d'autres logiciels open source. - Sun Microsystems met le code source de son système d'exploitation Solaris operating à disposition du public et des développeurs sous sa propre licence Sun Community Source License. - Création de la fondation Apache.
Structuration d'un champ FLOSS hybride marchand / non marchand	2000	- Création de la fondation Linux.
	2001	- Création de la fondation GNOME.
	2003	- Création de la fondation Mozilla.

4.1.1. Première période (1983-1997): émergence du Logiciel Libre autour d'organisations à but non lucratif et/ou de projets informels

La première période débute avec le lancement par des chercheurs de laboratoires publics et d'universités du projet GNU (1983) et la création de la Free Software Foundation (1985). Le projet GNU a pour but de développer un système d'exploitation libre comme une alternative à Unix et la Free Software Foundation définit pour la première fois les principes de base de la philosophie du Libre et se charge de les défendre.

Ces deux initiatives visent à réagir aux pratiques des éditeurs de logiciels commerciaux de l'époque, considérées par certains acteurs sociaux comme bloquant les processus d'innovation collaboratifs. Cette période est ainsi caractérisée par l'émergence d'organisations à but non lucratif et de projets informels formés autour de communautés de pratique (Lave & Wenger, 1998), visant à encourager et coordonner des alternatives aux offres de logiciels commerciaux traditionnels.

De façon assez peu surprenante, notre étude révèle sur cette période des différences importantes entre les pratiques des projets informels développant des logiciels libres et celles des organisations (principalement des entreprises) développant des logiciels propriétaires. Les entreprises développant des logiciels propriétaires (non-libres) pratiquent l'innovation fermée, où les logiciels sont développés en interne et les plateformes logicielles incompatibles. Les organisations et groupes informels développant du logiciel libre, pour leur part, encouragent les pratiques ouvertes de collaboration au sein de communautés de développeurs et l'innovation incrémentale sur des plateformes ouvertes. Du côté du management de la propriété intellectuelle, les développeurs de logiciels propriétaires commerciaux utilisent des accords de licence propriétaires limitant le droit d'utiliser, de modifier et de distribuer leurs logiciels et interdisent l'accès au code source. Au contraire, les développeurs de logiciels libres

adoptent des licences libres donnant accès au code source et permettant aux utilisateurs d'utiliser, de modifier et de diffuser les logiciels librement, c'est-à-dire sans accord préalable de leur part.

En 1989, Richard Stallman, le créateur de la Free Software Foundation, et Eben Moglen proposent une première version de la licence GPL, qui deviendra et est toujours aujourd'hui la licence régissant une majorité de FLOSS. Celle-ci vise à protéger les programmes développés de façon collaborative d'une appropriation, notamment par les entreprises commerciales à but lucratif. Plus précisément, la licence GPL introduit le principe du « copyleft », qui stipule que « si vous distribuez des copies d'un tel programme, gratuitement ou pas, vous avez l'obligation de donner aux destinataires les mêmes droits que ceux dont vous bénéficiez [...] vous assurer également qu'ils reçoivent le code source ou puissent y accéder » (<http://www.gnu.org/licenses/gpl-1.0.html>).

Deux principaux projets libres sont initiés dans ce contexte. Tout d'abord, Linus Torvalds développe la première version de Linux en 1991. Le système d'exploitation libre sort sous licence GPL en 1992 et continuera à être amélioré et enrichi grâce à la contribution d'une communauté de programmeurs bénévoles. De la même façon, en 1995, un groupe de développeurs démarre le développement d'Apache, une alternative libre au serveur HTTP de Netscape.

1994 marque l'entrée de la première incursion de la marchandisation dans le champ des logiciels libres. Quelques entrepreneurs s'essayaient au lancement d'entreprises commerciales autour de logiciels libres, principalement centrées sur la distribution et le service autour de Linux, qui émerge comme l'initiative libre la plus réussie à cette période. Ainsi, la société Redhat développe et publie-t-elle sa propre version de Linux en 1994, suivie par Caldera Inc. en 1996.

Le très petit nombre d'articles traitant de FLOSS durant cette période de 13 ans (20 dans le magazine Computerworld et 4 dans The Economist) rend bien compte de la phase d'émergence dans laquelle se trouve le FLOSS durant la période 1 (voir figure 1).

4.1.2. Deuxième période (1998-1999) : glissement vers une marchandisation des FLOSS.

La seconde période constitue une période de transition dans l'histoire du FLOSS, comme le montre l'incroyable augmentation du nombre d'articles traitant de ce sujet sur cette période. De 20 articles publiés dans Computerworld durant la période de 14 ans précédente, on atteint

le nombre de 27 articles pour la seule année 1998 et 82 pour 1999. The Economist suit cette même tendance avec 3 articles en 1998 et 11 en 1999, alors que 4 articles seulement étaient publiés dans la précédente période tout entière (voir figure 1). Ce passage à la commercialisation au sein du champ des FLOSS a ainsi suscité des controverses et un intérêt significatifs, qui se reflètent dans l'augmentation de la couverture media.

Ce changement vers un accroissement de la commercialisation des FLOSS, dont les balbutiements remontent à 1994-1995, s'illustre par la création, en 1998, de l'Open Source Initiative (OSI). L'OSI est une organisation à but non lucratif portée par un mouvement social appelé Open Source, en faveur d'activités marchandes au sein du FLOSS. Elle s'oppose ainsi à la posture adoptée dès son origine par le Logiciel Libre promu par la Free Software Foundation.

Au même moment, les perspectives d'opportunités de profit sur la base de FLOSS développés par des groupes de développeurs informels se développent. Elles conduisent à la création de nouvelles entreprises ou bien au lancement par des entreprises commerciales spécialisées dans les logiciels propriétaires déjà établies d'activités basées sur les FLOSS. Ainsi, la plupart des principaux vendeurs de matériel et de logiciels, dont IBM, Lotus, HP, Silicon Graphics, Sun Microsystems, Dell Computer et Compaq Computer décident de porter certains de leurs produits sous Linux et/ou de fournir un support professionnel pour Linux. A cette fin, ils s'unissent la plupart du temps non pas au projet informel à l'origine du développement de ce logiciel, mais aux principaux éditeurs commerciaux de distributions Linux tels que RedHat ou Caldera. Par conséquent, ces deux éditeurs commerciaux de distributions Linux passent en quelques mois du statut de jeune start-up à celui d'acteur majeur de l'industrie du logiciel. Tout comme d'autres entreprises dont l'activité est basée sur les FLOSS, ces acteurs bénéficient de perspectives positives concernant leur rentabilité. Ainsi le démontrent le succès de l'introduction en bourse de RedHat aux Etats-Unis en 1999 et les investissements de sociétés de capital-risque dans des start-ups telles que VA Linux, dont l'activité est centrée sur la vente d'ordinateurs comportant Linux préinstallé. Le succès de ces nouvelles entreprises suscite rapidement l'intérêt d'imitateurs et conduit à un afflux d'activités marchandes basées sur des FLOSS développés par les communautés de programmeurs bénévoles. En général, ces nouvelles entreprises sont des éditeurs de distributions Linux tels que Mandriva, des fournisseurs de services de conseil, de support technique pour Linux ou d'autres FLOSS, ou encore, comme Sendmail, de maintenance pour des utilisateurs commerciaux.

A côté des entreprises à l'activité basée sur des FLOSS développés par des groupes informels, cette période donne aussi lieu à l'expérimentation et parfois l'adoption par des entreprises commerciales de l'industrie informatique déjà bien établies, de certains principes du FLOSS, afin de développer leurs propres produits commerciaux. En 1998, Netscape Communications ouvre ainsi le code source du cœur Mozilla de Navigator, son navigateur internet. Elle fournit également aux développeurs bénévoles les API (Application Programming Interfaces), la documentation, les exemples de code et les outils nécessaires à son amélioration et son développement. De même, en 1999, Sun Microsystems met à disposition des développeurs le code source de son système d'exploitation Solaris , mais sous sa propre *Community Source License*.

Finalement, cette période semble se traduire par la pénétration par les FLOSS Linux et Apache de la sphère des utilisateurs commerciaux. De 500 000 en 1994, le nombre d'utilisateurs de Linux atteint les 7 millions en 1998. En 1999, des grands comptes tels que Burlington Coat Factory Warehouse, Cendant et General Motors admettent avoir déployé Linux à grande échelle et une étude réalisée par International Data Corp. montre que l'utilisation de Linux par les entreprises avoisine les 13%.

4.1.3. Troisième période : structuration d'un champ FLOSS hybride marchand / non-marchand.

Durant cette période, le succès des entreprises ayant une activité basée sur des FLOSS ainsi que la pénétration croissante des FLOSS est perçue comme une menace par certains des éditeurs commerciaux historiques, menant à un certain nombre d'initiatives de leur part afin d'affaiblir les FLOSS. Par exemple, Microsoft entame des poursuites contre Linux aux Etats-Unis pour violation de copyright. Cette tentative échoua suite au rejet des revendications de Microsoft par les tribunaux en 2003.

D'autre part, de nombreux projets FLOSS s'engagent durant cette période dans un processus de rationalisation, de formalisation et de professionnalisation, afin d'entretenir leurs relations fructueuses avec leurs partenaires commerciaux et leurs clients. En effet, les principaux projets FLOSS tels qu'Apache, Linux, GNOME ou Mozilla abandonnent leurs positions de groupes informels pour adopter un statut de fondation, ainsi qu'une organisation plus formalisée. Le but ici est d'afficher des responsabilités claires aux yeux de l'extérieur. Réciproquement, les développeurs de logiciels commerciaux traditionnels désirant tirer parti des béné-

fices créatifs et entrepreneuriaux associés aux projets FLOSS adoptent de plus en plus de pratiques jusqu'ici associées au FLOSS. Par exemple, Sun Microsystems tente de promouvoir sa *Community Source License*, afin d'attirer les contributions de développeurs externes, comme cela est le cas dans le modèle FLOSS, tout en gardant un contrôle propriétaire sur ces développements. Cette initiative fut à l'origine de nombreuses critiques de la part d'un ensemble d'acteurs sociaux tels que la FSF et l'OSI, qui qualifièrent l'approche de Sun Microsystems de subversion des principes du FLOSS. Finalement, Sun Microsystems changea sa licence en licence open source GPL.

4.2 Négociations à l'origine de la transition de FLOSS vers la marchandisation.

L'histoire du FLOSS laissant apparaître une marchandisation croissante des FLOSS, notre étude empirique nous a conduits à identifier les différents types d'acteurs impliqués dans cette mutation, les interactions entre ces derniers et le processus de négociation qui a conduit à cette marchandisation des FLOSS.

Jusqu'en 1998 (période 1), le champ FLOSS se structure autour de deux types d'organisation : (1) tout d'abord des projets largement informels et auto-organisés qui développent des FLOSS (projet Linux, projet Apache, etc...), (2) mais aussi des organisations à but non lucratif dont l'objet est plutôt de définir, diffuser, défendre les principes du FLOSS et d'en faire la promotion⁵. Jusqu'à cette date, à l'exception de RedHat, les entreprises commerciales sont peu présentes, et le champ du FLOSS est toujours dominé par le principe du Logiciel Libre (Free Software) et l'esprit du non marchand / non lucratif initialement défini par Richard Stallman et la Free Software Foundation.

Tout au long de cette période, dans l'industrie informatique, les discours des différents acteurs reflètent les profondes différences entre les pratiques des acteurs liés au FLOSS et les autres. Nombreux sont les éditeurs de logiciels commerciaux propriétaires qui qualifient les développeurs de FLOSS d'activistes anticapitalistes déconnectés de la réalité et qui rejettent toutes leurs initiatives sous prétexte de leur qualité médiocre.

« Linux est une religion. C'est un peu comme considérer l'Eglise Catholique comme un concurrent. Je ne suis pas une religion ; je suis un système d'exploitation commercial. Des entreprises comme RedHat ... prennent une technologie Linux qui bénéficie d'une valeur ajoutée bien moindre [que la nôtre], ils en font une distribution et disent « Hé !

⁵ Le projet GNU fondé par Richard Stallman en 1983 constitue cependant une exception, dans la mesure où il fut coordonné par la Free Software Foundation lorsque celle-ci fut créée en 1985.

C'est mieux que SCO. » [...] Linux n'a pas développé une nouvelle approche. Ils ont pris les [API] d'Unix et ils développèrent un petit noyau implémentant ces APIs. « *SCO's Michels blasts 'punk kids' Linux, Computerworld, 26 avril 1999*).

De leur côté, les acteurs sociaux du FLOSS, initialement emmenés par la FSF, caractérisent les éditeurs de logiciels commerciaux de diaboliques, les accusant de se livrer à un verrouillage prédateur.

« Logiciel libre » veut dire que les logiciels respectent la liberté des utilisateurs et la communauté. Grosso modo, les utilisateurs sont libres d'exécuter, de copier, de distribuer, d'étudier, de modifier et d'améliorer le logiciel. Grâce à ces libertés, les utilisateurs (à la fois collectivement ou individuellement) contrôlent le programme et ce qu'il exécute pour eux. Lorsque les utilisateurs ne contrôlent pas le programme, celui-ci contrôle les utilisateurs. Le développeur contrôle le programme, et à travers le programme, il contrôle aussi les utilisateurs. Ce programme « propriétaire » non-libre est par conséquent un instrument de pouvoir injuste. (*Free Software Foundation, <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.html>*).

Ces deux types de discours semblent indiquer un consensus entre le mouvement FLOSS et les entreprises commerciales autour de l'idée que les logiciels commerciaux et les logiciels libres sont incompatibles. Pourtant, comme nous l'avons décrit dans la section précédente, dès 1994, quelques entrepreneurs avaient déjà commencé à lancer des entreprises commerciales autour de l'activité des FLOSS. Par conséquent, en 1998, le mouvement des Logiciels Libres se retrouve face à une dissonance entre ses principes initiaux, consistant à fournir des produits libres à travers des initiatives informelles ou des organisations à but non lucratif, et les opportunités d'affaires croissantes pour des entreprises à l'activité basée sur les FLOSS. Pour la FSF, de telles entreprises commerciales sont incompatibles avec les valeurs du Logiciel Libre, voire même les compromettent.

C'est Eric Raymond, un développeur de logiciels, qui à travers la création de l'Open Source Initiative (OSI), va opérer la transition du FLOSS vers des principes compatibles avec une certaine marchandisation. Dans un essai publié en 1998, intitulé « La cathédrale et le bazar », surtout connu pour les métaphores qu'il utilise afin de décrire les différentes approches de développement de logiciels, il souligne aussi les différences entre le modèle open source, favorable à une marchandisation des FLOSS et le modèle libre, opposé à cette éventualité. Il justi-

fie ainsi le besoin de délaissier une vision trop morale et philosophique, au profit d'une vision marchande plus pragmatique :

« Par le passé, la plupart des arguments mis en avant par les hackers pour justifier ce type de modèle tendait à être de caractère essentiellement moral ou de principe. [...] On devrait partager les logiciels car la propriété intellectuelle est une mauvaise chose. [...] C'est un mode classique d'évangélisme que nous associons à Richard Stallman et la Free Software Foundation. [...] Cependant], de tels arguments sont complètement inutiles, voire contre-productifs lorsqu'on essaie de les vendre à des PDG d'entreprises ou des sociétés de capital-risque qui, de façon logique, s'intéressent à des questions comme « comment est-ce que je peux faire croître mon entreprise, gagner beaucoup plus d'argent ? » (*Eric Raymond, "Open Sesame", Computerworld, jul. 13, 1998*).

Comme le montre un autre article intitulé « Le chaudron magique », qui décrit différents possibles business models basés sur des FLOSS, Eric Raymond tente ainsi de convaincre les entreprises commerciales de rejoindre le mouvement FLOSS en leur montrant les opportunités de profit qu'ils pourraient saisir.

En parallèle du traditionnel point de vue de la FSF, visant à promouvoir les principes du Logiciel Libre et ses licences associées, un nouveau discours émerge donc, porté par l'OSI sous le nom d'Open Source. Celui-ci devient d'ailleurs très vite dominant, comme le montre le changement de vocabulaire utilisé dans les articles que nous avons étudiés. Alors qu'avant 1998, une grande variété de termes était utilisée (à bon escient ou pas) pour qualifier le FLOSS, comme « de domaine public », « freeware », « libre » ou « gratuit », les journalistes semblent adopter largement le terme « open source » à partir de 1998.

La large publicité faite à la vision d'Eric Raymond, tant dans les journaux que sur les forums de développeurs de logiciels libres, a contribué à légitimer les entreprises commerciales dont l'activité repose sur les FLOSS. Au même moment, on assiste également au changement des discours des entreprises commerciales traditionnelles. Alors que certaines entreprises commerciales sont toujours hostiles au FLOSS et tentent d'ébranler le succès des FLOSS en pointant les risques en termes de qualité et les coûts cachés, de nombreuses autres lancent des activités basées sur les FLOSS (voir tableau 1). Pour expliquer cela, il faut s'intéresser à l'augmentation de la base d'utilisateurs potentiels et à l'adoption croissante des FLOSS (en particulier Linux et Apache), qui génèrent une demande de service significative. La marchandisation des FLOSS a donc été stimulée par des demandes de la part des utilisateurs, qu'une

communauté informelle de développeurs bénévoles n'était pas capable de satisfaire. Ainsi, des utilisateurs potentiels, découragés par la difficulté perçue d'installation et de maintenance des logiciels, expriment à cette époque charnière des besoins de services et de support qui soient comparables à ceux fournis par des entreprises commerciales :

« Les managers veulent un vendeur contre lequel ils puissent se retourner si ça ne fonctionne pas » (*“Industrial Strength”*, *Computerworld*, Nov. 30, 1998).

En outre, les utilisateurs expriment leur volonté de voir les services liés à leurs FLOSS fournis par des compagnies de premier ordre, plutôt que par des start-ups ou des entreprises moins connues.

« Certains DSI ne considéreront même pas Linux, car ce n'est pas un produit soutenu par un nom connu. » (*“Freeware phobia”*, *Computerworld*, Aug. 31, 1998).

Les justifications avancées par les sociétés commerciales informatiques pour se lancer dans des activités autour des FLOSS concernent donc leur volonté de satisfaire ce besoin de service. Au-delà de ces justifications, elles perçoivent bien entendu l'augmentation de la communauté des utilisateurs de FLOSS comme une opportunité d'affaires.

Pour ce faire, ces entreprises développent des partenariats avec les principales entreprises commerciales vendant des distributions Linux, RedHat et Caldera.

A l'issue de la période de transition vers la marchandisation des FLOSS (période 2), le champ des FLOSS se structure donc autour de trois types d'organisations : (1) des projets informels auto-organisés de développeurs qui produisent des FLOSS ; (2) des entreprises commerciales qui créent et développent des activités autour des FLOSS développés collaborativement par ces groupes informels ; (3) des organisations formelles à but non lucratif telles que la Free Software Foundation et l'Open Source Initiative, qui coexistent et visent à supporter les groupes informels de développeurs de FLOSS et à promouvoir leurs principes respectifs (Free / Libre et Open Source). Pendant cette période l'Open Source Initiative prend l'ascendant sur la Free Software Foundation et influence les principes du FLOSS en les réorientant de considérations morales vers des considérations plus pragmatiques, telles que les licences, par exemple. Ces deux fondations ont influencé les valeurs et les principes adoptés par les développeurs de FLOSS et les entreprises commerciales opérant dans ce champ. Par exemple, ces fondations ont eu un rôle important dans la disparition de licences hybrides, telles que la Sun Community Source License (voir plus haut). Celle-ci fut critiquée et rejetée par la FSF et l'OSI, qui la présentèrent comme une menace au FLOSS, opinion ensuite relayée au sein de

communautés de développeurs. Elle fut finalement abandonnée par Sun Microsystems au bout de quelques années. Cependant, ces fondations sont moins bien équipées pour gérer d'autres menaces engendrées par la marchandisation des FLOSS. Parmi elles, le risque de voir des FLOSS développés par des projets informels être contrôlés par des entreprises commerciales.

4.3 Une rationalisation nécessaire pour permettre la collaboration avec les entreprises commerciales

Pendant la phase de structuration d'un champ FLOSS hybride marchand / non marchand (période 3), de nouveaux types d'interactions entre les différents acteurs apparaissent.

Tout d'abord, des tensions émergent entre les entreprises commerciales lancées pour fournir support et service aux produits FLOSS et les groupes informels de développeurs. Les nouvelles entreprises commerciales telles que RedHat et VA Linux cherchent à influencer et contrôler l'évolution des logiciels en faveur de leurs intérêts commerciaux, alors que les développeurs de FLOSS ont pour objectif de conserver leur propriété collective des produits. Les citations suivantes illustrent cet antagonisme :

« Les hackers sont naturellement méfiants à l'égard de la marchandisation. Certains passionnés de Linux accusent RedHat de tenter de faire de sa propre version de Linux un standard et lui reprochent déjà de se comporter « comme Microsoft », une véritable injure de hacker ! » (*“Open-source software Venture – communism”, The Economist, June 12, 1999*)

Suite à ces frictions, les entreprises commerciales créées autour du FLOSS commencent à recruter et à coopter des développeurs FLOSS influents, afin de faciliter la gestion des relations avec les communautés de développeurs. Avec eux dans leurs conseils d'administration, ces nouvelles entreprises commerciales peuvent ainsi gagner en légitimité et avoir accès à la communauté. Malgré cela, ces relations restent ambiguës et les tensions entre les principes du FLOSS et les objectifs commerciaux sont plus que jamais présentes et questionnées :

« Même des hackers qui bénéficient d'une plus grosse part de gâteau semblent ambivalents en ce qui concerne leurs nouvelles fortunes. Eric Raymond, le porte-parole non-officiel de l'Open Source, fait partie du conseil d'administration de VA Linux. Il possède 150 000 actions de l'entreprise, ce qui représente actuellement à peu près 26 millions de dollars, et admis cette semaine, dans une lettre ouverte, être « absurdement riche ». (*“Software – Linux loot”, The Economist, Dec. 18, 1999*).

Mais les développeurs ne sont pas les seuls à être suspicieux vis-à-vis des nouvelles entreprises dont l'activité est basée sur les FLOSS. Certains acteurs historiques de l'industrie se méfient de l'influence de ces entreprises, qui pourraient devenir des concurrents directs (*"Linux fans fear Red Hat takeover"*, *Computerworld*, Mar. 22, 1999)

Toutefois, un certain nombre de ces acteurs commerciaux historiques finissent par se convertir dans une certaine mesure au FLOSS. Ils mettent en avant la qualité de ces logiciels et entrevoient les bénéfices stratégiques à collaborer avec des initiatives FLOSS (O'Mahoney & Bechky, 2008), malgré la difficulté d'une telle collaboration, due au caractère très informel des pratiques de travail au sein des projets FLOSS (Dahlander & Magnusson, 2005).

Finalement, l'augmentation du nombre d'utilisateurs potentiels, de vendeurs informatiques et d'entrepreneurs impliqués dans le FLOSS génère un nouveau défi pour les communautés de développeurs informelles : comment une communauté de développeurs bénévoles aussi dispersée peut-elle offrir une interface efficace à un nombre croissant de parties prenantes qui exigent un représentant officiel avec qui communiquer, ainsi qu'une planification plus précise des nouvelles versions des produits ? Ainsi, en rencontrant le succès, les initiatives non-commerciales font également face à des pressions plus importantes en termes de transparence, de professionnalisme, de gouvernance et de mode de management de la part de leurs parties prenantes.

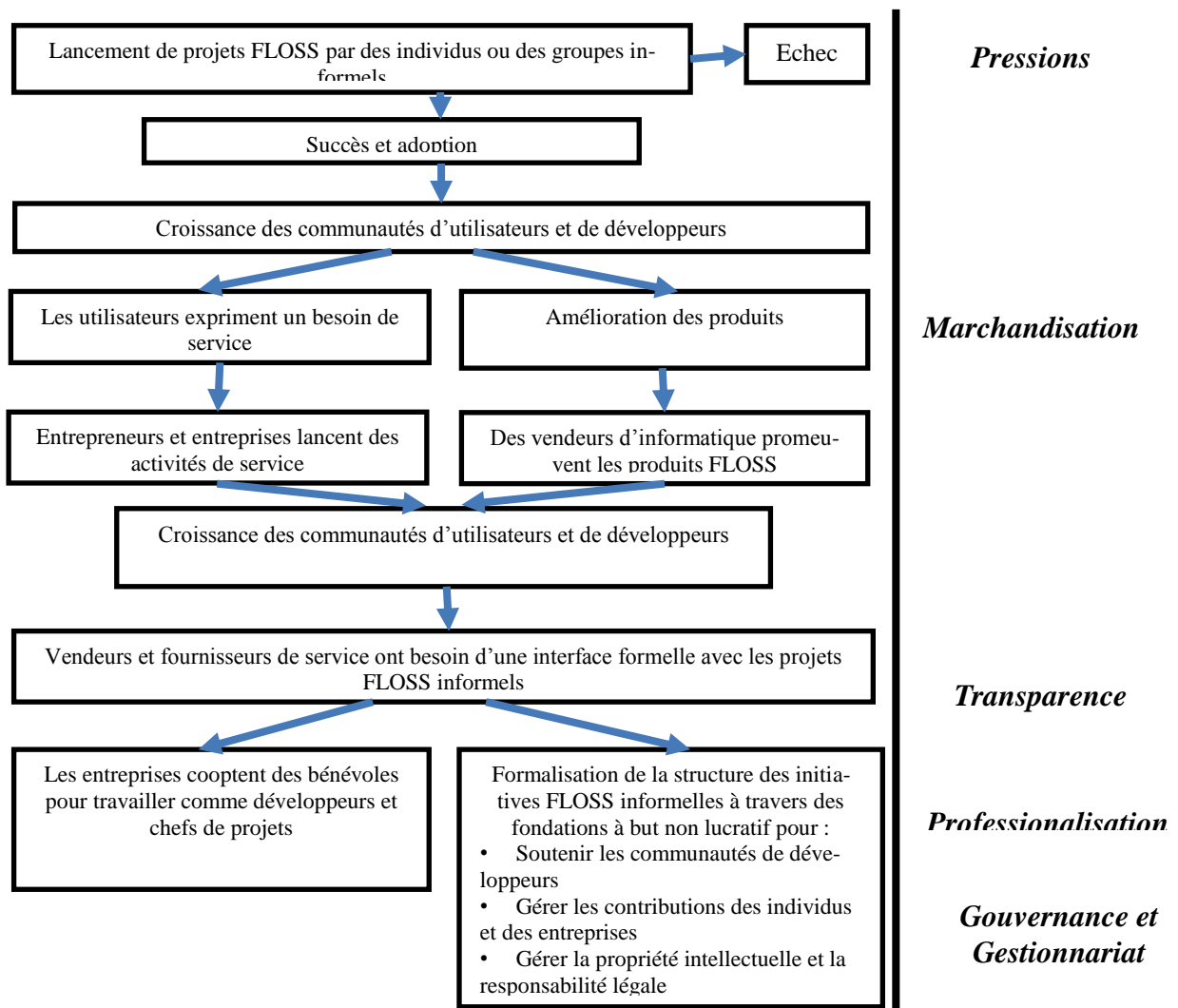
Ce défi est traité de deux façons principales, de la part des entreprises et des projets FLOSS informels :

- Des entreprises commerciales dont l'activité est basée sur les FLOSS commencent à recruter des développeurs de FLOSS bénévoles indépendants en tant que développeurs et chefs de projet. En faisant cela, ces acteurs commerciaux à but lucratif formalisent leur adhésion aux principaux principes du FLOSS et l'adoption de ces principes dans leurs opérations internes.
- Les groupes FLOSS informels (et plus particulièrement Apache en 1999) se transforment en fondations à but non-lucratif. La création de telles fondations permet de formaliser les relations avec les principales parties prenantes, dans la mesure où les membres des conseils des fondations peuvent être issus d'entreprises commerciales parties prenantes ou de la communauté de développeurs. De cette façon, la façon peut prendre en compte les besoins des différentes parties prenantes, tout en préservant l'indépendance, la collaboration ouverte et les principes de méritocratie initiaux. De plus, la création de ces entités légales pour les projets

FLOSS offre une structure permettant de mieux protéger la propriété intellectuelle et de gérer les problématiques liées à la responsabilité légale (Apache Foundation website). Grâce à cette évolution, les organisations FLOSS peuvent maintenir leur statut non-commercial, tout en permettant une collaboration plus efficace avec les différentes parties prenantes. La figure 2 résume les principales étapes de l'évolution du champ des FLOSS.

Cette convergence entre les organisations à but non lucratif et les entreprises à but lucratif ne doit pas être assimilée à une simple absorption du secteur non-marchand par la sphère commerciale. De nombreux projets FLOSS à but non lucratif, parmi les plus connus (comme Mozilla) ont emprunté des formes organisationnelles et des pratiques au secteur marchand (comme des organisations formelles ou des filiales commerciales incorporées en société), mais ils ont gardé leur caractère à but non lucratif.

Figure 2 : Processus évolutionniste du champ FLOSS.



A la fin de la seconde période, le champ des FLOSS s'est finalement restructuré autour d'organisations à but non lucratif formelles et d'entreprises commerciales. Ce processus évolutionniste témoigne des interactions et des influences mutuelles entre les organisations à but non lucratif et les organisations commerciales à but lucratif. D'un côté, les projets informels à but non-lucratif ont dû rationaliser leur organisation, afin de répondre aux attentes des différentes parties prenantes. D'un autre côté, les entreprises commerciales impliquées dans le FLOSS ont commencé à adopter des pratiques et des processus empruntés aux organisations à but non-lucratif, tels que l'innovation collaborative et les licences open source.

5. CONTRIBUTIONS ET CONCLUSION

L'étude de cas longitudinale de l'évolution du champ des FLOSS et de son interaction avec le secteur marchand confirme certains des résultats des recherches réalisées à ce jour sur le champ des organisations à but non lucratifs. Au départ, le FLOSS était un mouvement que l'on peut qualifier de Libre et de non-marchand, animé par des bénévoles organisés démocratiquement autour de projets informels. Toutefois, lorsque certains produits FLOSS tels que Linux, Apache ou Firefox ont commencé à gagner en popularité, ces groupes informels ont vite fait face à des pressions de la part de leurs différentes parties prenantes, pour une offre de services, une obligation de rendre compte de leurs activités, ainsi que plus de gouvernance et de transparence. Trois grandes évolutions ont permis à ces groupes de faire face à ces pressions :

- (1) Le lancement d'activités marchandes complémentaires aux activités non-marchandes : des entrepreneurs et des grosses entreprises ont lancé des activités marchandes basées sur des produits développés dans la sphère non-marchande. De ce fait le glissement vers la sphère marchande consistait plutôt pour les entreprises commerciales à offrir des produits ou des services complémentaires de support aux FLOSS, plutôt que de se substituer à eux.
- (2) La formalisation des groupes de projets FLOSS informels non-marchands en organisations à but non lucratif destinées à gérer la propriété intellectuelle, la responsabilité légale et les interactions avec les parties prenantes.
- (3) La collaboration d'acteurs marchands avec certaines initiatives FLOSS, identifiées comme sources d'opportunités de profit. Pour cela, ils ont recruté des bénévoles du FLOSS issus de projets non-commerciaux dans leurs effectifs et adopté certaines des pratiques d'innovation ouverte associées aux projets FLOSS.

L'étude de cas du FLOSS présente ainsi une image plus nuancée des interactions entre le secteur des organisations à but lucratif et celui des organisations à but non-lucratif. Bien que les groupes informels de FLOSS aient fait l'objet de pressions qui auraient pu les mener à une transformation totale en organisations marchandes à but lucratif, ils ont plutôt choisi de trouver une voie hybride, à travers un processus de négociations successives. Il s'est agi de créer des structures formelles à but non-lucratif permettant de répondre à certaines des demandes des principales parties prenantes. Les pressions purement marchandes pourraient, pour leur part, être prises en charge par les entreprises commerciales, grâce à une modification des principes de base du FLOSS, initialement opposés à toute incursion de la marchandisation dans le FLOSS. Au lieu d'évoluer vers des entités commerciales traditionnelles, les projets FLOSS ont évolué vers des formes organisationnelles hybrides qui restent non-commerciales mais permettent la création d'activités commerciales par les parties prenantes. Parallèlement, des acteurs commerciaux ont eux aussi évolué en incorporant des pratiques et des individus issus des projets FLOSS. Ces nouvelles formes hybrides apparaissent viables sur de longues périodes (supérieures à 10 ans) et ne semblent ainsi pas être caractéristiques d'une période de transition, qui conduirait finalement à une transformation totale en un champ marchand à but lucratif.

Le cas du FLOSS montre que les acteurs sociaux du FLOSS et les éditeurs de logiciels commerciaux propriétaires traditionnels se sont mutuellement influencés. D'un côté, le champ non-marchand des FLOSS s'est transformé en un hybride marchand / non-marchand, au sein duquel les organisations du champ des FLOSS sont progressivement devenues compatibles avec des objectifs de profit et ont adopté des formes organisationnelles et des pratiques de la sphère marchande. D'un autre côté, les projets FLOSS avaient créé des pratiques (telles que des licences moins restrictives ou des procédures de travail non-hiérarchiques) qui se sont diffusées dans la sphère commerciale et y ont été perçues comme innovantes et bénéfiques. L'évolution du discours public entre les secteurs marchand et non-marchand à travers les trois périodes du cas suit cette évolution, d'opposition radicale à coexistence mutuellement bénéfique. Ces observations, certes liées à un champ particulier, nous permettent toutefois d'envisager les mutations des organismes à but non lucratif comme un processus non pas isomorphe, mais négocié, pouvant impacter aussi les entreprises commerciales. Afin de confirmer cette tendance, il pourrait être intéressant d'étudier d'autres champs soumis à un

processus de marchandisation. De telles études pourraient également permettre de définir de façon plus précise encore les différents types d'interactions à l'œuvre dans les processus de marchandisation d'activités traditionnellement réservées aux organisations à but non lucratif, et d'identifier des processus récurrents.

REFERENCES

- Abzug, R. et N. J. Webb (1999), Relationships between Nonprofit and For-Profit Organizations: A Stakeholder Perspective, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28 : 4, 416-431.
- Austin, J. E. (2000), Strategic collaborations between Nonprofits and Businesses, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29 : 1, 69-97.
- Bonaccorsi A. et C. Rossi (2003), Why open source software can succeed, *Research Policy*, 32 : 7, 1243-1258.
- Cloutier, C. (2011), Les organismes à but non lucratif : comment mieux gérer les relations avec les donateurs ?, *Gestion*, 36 : 4, 85-94.
- Cordes, J. L. et B. A. Weisbrod (1998), Differential taxation of nonprofits and the commercialization of nonprofit revenues, *Journal of Policy Analysis and Management*, 17 : 2, 195-214.
- Dahlander, L. (2005), Appropriation and appropriability in open source software, *International Journal of Innovation Management*, 9 : 3, 1-27.
- Dahlander, L. et M. G. Magnusson (2005), Relationships between open source software companies and communities: Observations from Nordic firms, *Research Policy*, 34 : 4, 481-493.
- David, P. A. et F. Rullani (2008), Dynamics of innovation in an "open source" collaboration environment: lurking, laboring, and launching FLOSS projects on SourceForge, *Industrial and Corporate Change*, 17 : 4, 647-710.
- Demil B. et X. Lecocq (2006), Neither market nor hierarchy nor network: the emergence of bazaar governance, *Organization Studies*, 27 : 10, 1447-1466.
- Economides N. et E. Katsamakas (2006), Two-sided competition of proprietary vs. open source technology platforms and the implications for the software industry, *Management Science*, 52 : 7, 1057-1071.
- Frumkin, P. (2002), *On Being Nonprofit*, Cambridge: Harvard University Press.

- Galaskiewicz, J. et M. S. Colman (2006), Collaboration between Corporations and Nonprofit Organizations, in W. W. Powell et R. Steinberg (dir.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*, New Haven & London: Yale University Press, 180-204.
- Haley, U. (1991), Corporate contributions as Managerial Masques: reframing corporate contributions as strategies to influence society, *Journal of Management Studies*, 28 : 5, 485-509.
- Hall, P. D. (2006), A historical overview of philanthropy, voluntary associations, and nonprofit organizations in the United-States, 1600-2000 in W. W. Powell et R. Steinberg (dir.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*, New Haven & London: Yale University Press, 32-65.
- Harris, H. (1991), Content analysis of secondary data: A study of courage in managerial decision making, *Journal of business ethics*, 34, 191-208.
- Hwang, H. et W. W. Powell (2009), The Rationalization of Charity: The Influences of Professionalism in the Nonprofit Sector, *Administrative Science Quarterly*, 54, 268-298.
- James, E. (1998) Commercialism among nonprofits: Objectives, opportunities and constraints, in B. A. Weisbrod (dir.) *To profit or not to profit*, Cambridge: Cambridge University Press, : 271-286.
- Langley, A. (1999), Strategies for theorizing from process data, *Academy of Management Review*, 24 : 4, 691-710.
- Lave, J. et E. Wenger (1998), *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*: Cambridge University Press.
- Lee, G. K. et R. E. Cole (2003), From a firm-based to a community-based model of knowledge creation: the case of the Linux kernel Development, *Organization Science*, 14 : 6, 633-649.
- Lerner J. et J. Tirole (2002), Some simple economics of open source, *Journal of Industrial Economics*, 50 : 2, 197-234.
- Minkoff, D. C. et W. W. Powell (2006), Nonprofit mission: constancy, responsiveness, or deflection? in W. W. Powell et R. Steinberg (dir.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*, New Haven & London: Yale University Press, 591-611.
- Nelson, J. K. et R. J. Zeckhauser (2002), A renaissance instrument to support nonprofits: the sale of private chapels in florentine churches, in E. L. Glaeser (dir.), *The governance of not-for-profit organizations*, Chicago: University of Chicago Press.

- O'Mahony, S. et B. Bechky (2008), Boundary Organizations: Enabling Collaboration Among Unexpected Allies, *Administrative Science Quarterly*, 53, 422-459.
- O'Mahony, S. et F. Ferraro (2007), The emergence of governance in an open source community, *Academy of Management Journal*, 50 : 5, 1079-1106.
- Pankratz, D. B. et S. Gibson (1999), The Not-for-Profit and For-Profit Arts: Current collaboration and future prospects, *Journal of Arts Management, Law and Society*, 29 : 2, 75-141.
- Reay, T. et C. R. B. Hinings (2009), Managing the rivalry of competing institutional logics, *Organization Studies*, 30 : 6, 629-652.
- Sheth, J. N. (1993), User-oriented marketing for nonprofit organizations, in D. C. Hammack et D. R. Young (dir., *Nonprofit organizations in a Market Economy*, San Francisco: Jossey-Bass, 378-398.
- Steinberg, R. et W. W. Powell (2006), Introduction, in W. W. Powell et R. Steinberg (dir.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*, New Haven & London: Yale University Press, 1-10.
- Tuckman, H. P. et F. C. Chang (2006), Commercial activity, technological change, and Nonprofit mission, in W. W. Powell et R. Steinberg (dir.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*, New Haven & London: Yale University Press, 629-644.
- Välimäki, M. (2003), Dual licensing in open source software industry, *Systemes d'information et management*, 8 : 1, 63-75.
- Weeden, C. (1998), *Corporate Social Investing: the Breakthrough Strategy for Giving and Getting Corporate Contributions*, San Francisco: Berrett-Koehler.
- Weick, K. E. (1979), *The social Psychology of Organizing*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Weisbrod, B. A. (1998), The nonprofit mission and its financing: Growing links between nonprofits and the rest of the economy, in B. A. Weisbrod (dir.), *To profit or not: the commercial transformation of the Nonprofit Sector*, New York: Cambridge University Press, 1-22.