

# IBM fait de la pub pour Linux

IBM mise sur Linux et le fait savoir. Le constructeur lance en effet une grande campagne de publicité afin de soutenir le système d'exploitation libre concurrent de Windows.

La publicité met en scène un petit garçon de 9 ans (l'âge du logiciel) censé figurer Linux. Tout comme le logiciel, le gamin cherche à acquérir des connaissances provenant de multiples sources afin de progresser. Au delà de la pub, IBM cherche via cette campagne à confirmer son intérêt pour le logiciel au pingouin. IBM a adopté Linux il y a quelques années dans le cadre d'une stratégie plus large destinée à gagner des parts de marché sur les serveurs informatiques. Sun Microsystems fait fonctionner les siens avec son propre système d'exploitation Unix. D'autres, comme Dell et Hewlett-Packard, ont opté pour Windows de Microsoft. Ce n'est pas la première fois que le constructeur fait de la pub pour Linux. IBM avait déjà lancé en 2001 une campagne de marketing agressive baptisée « Peace, Love and Linux » (paix, amour et Linux), au cours de laquelle le pingouin qui sert de logo à Linux était peint à la bombe sur les murs de San Francisco, New York et Chicago. « *IBM pense qu'en augmentant la part de marché de Linux, la part de marché d'IBM augmentera aussi* », explique Dan Kusnetzky, vice-président de la recherche en systèmes logiciels chez IBM.