

De la mobilisation identitaire à l'entreprise lucrative

Le cas du site web yabiladi.com

Abdelfettah Benchenna
Univetsité Paris 13
Labsic – MSH Paris Nord
benchenna@univ-paris13.fr

Les recherches s'intéressant aux rapports des migrants avec les TIC, et plus particulièrement Internet, se sont focalisés, jusqu'à maintenant, sur des problématiques liées aux usages et aux enjeux identitaires. Ces études font très peu état de la genèse de ces espaces d'information et de communication et ne s'intéressent pas aux conditions de leur pérennisation. Nous pouvons noter, en même temps, que d'autres dimensions d'analyses font encore défaut (analyse des modèles économiques de sites, enjeux organisationnels, rapport avec les pouvoirs politiques dans le pays d'accueil ou le pays d'origine, etc.).

Comment les sites d'information s'adressant aux diasporas se professionnalisent ? Comment, et dans quelles conditions, les porteurs de ces initiatives passent d'une posture de « *mobilisation identitaire* » (au sens de la sociologie des mouvements sociaux) à une posture entrepreneuriale ? L'objectif de cette communication est de cerner comment s'opère le passage d'un « *exister politiquement* » dans le pays d'accueil au sens de Abdelmalek Essayed à un « *exister économiquement* » dans le pays d'origine ?

En prenant comme terrain d'analyse, l'entreprise éditrice du www.yablidi.com, nous chercherons, dans un premier temps, à cerner les conditions dans lesquelles ce site d'information a vu le jour. Nous nous intéresserons à la trajectoire de ses fondateurs et aux motivations de leur initiative.

Dans un deuxième temps, nous essayerons d'identifier les facteurs qui ont permis la professionnalisation de ce site d'information qui s'est imposé à la fois comme une source d'information de référence pour les Marocains de l'étranger et comme un moyen d'échange, et de communication entre eux, à travers les différents forums qu'il propose.

Nous analyserons, enfin, comment les fondateurs de ce site inscrivent leur initiative dans environnement caractérisé à la fois par un intérêt croissant à la problématique « médias et migration marocaine » chez les acteurs politiques et les acteurs économiques présents dans le secteur des médias et des TIC et par un contexte politico-économique marocain où les rapports « médias et société » semblent devenir une préoccupation majeure pour le pouvoir politique.

Pour développer ces différents points, nous nous appuyerons, bien entendu, sur une série d'entretiens réalisés auprès des fondateurs et les membres de l'équipe éditrice du site yabilidi.com.