

Daesh ? Taille 4 Boxer

Vous ne comprenez pas le titre ? Simple. Ce serait en 2014, derrière les murs d'une prison américaine proche de la ville de Garma (désert irakien), que les futurs chefs de cette structure auraient ébauché leur stratégie en inscrivant tout simplement les coordonnées de leurs codétenus sur l'élastique interne de leurs boxers aux fins de reprise de contact à leur sortie de prison. La prison ayant favorisé une certaine radicalisation entre des officiers hauts gradés baasistes de l'armée de Saddam Hussein et de terroristes chevronnés d'Al Qaïda. Les protagonistes ayant « découvert » des centres d'intérêts communs.



Ce n'est pas tant l'anecdote qui doit être retenue que le principe de cette construction. Isis en anglais, Daesh en Français, repose, et ce pour la première fois sur un raisonnement, une réflexion calculée sur du long terme. Un Business-Plan Marketing idéologique où la rationalisation de chaque item humain, politique, financier, a été murement pensé, réfléchi, analysé. C'est probablement la première fois, où le mécanisme stratégique d'un véritable objectif, est clairement posé. La gravité du constat est à l'image du potentiel que représente la structure d'une telle ambition.

On ne revendique pas ou plus un territoire, une rançon, un fait médiatique mais un engrenage très bien orchestré. La été la première « pierre à l'édifice » ? Un drapeau. C'est si simple que la « protection » d'une bannière suffit à tout dire, faire ou justifier sans mot dire. Derrière elle, coule silencieusement les bases d'une autre ambition. Durable et solide. Un simple drapeau suffit à susciter la foule, l'invectiver, la monter, la diriger vers un but. On meurt pour le drapeau, sous une idée forte. On est derrière quelque chose, symbolisé par un fanion, un étendard. Quoi de plus simple et de plus symbolique ? En des temps anciens, l'occident a fait la même chose pour les mêmes choses. Ne soyons donc pas surpris que la copie soit ajustée aux ères modernes.

Un drapeau, des frontières, une nation, une ambition, un hymne. Le vrai danger est bien là. Le symbolisme est une des armes les plus difficiles à combattre. Il n'a pas besoin d'arme, juste de la conviction. Le Verbe.

A bien y réfléchir Daesh contrairement à d'autres organisations, a volontairement posé marche par marche, le socle d'un phénomène pérenne. Symboles, histoire, religion... Tout y est pour que le ciment durcisse. A qui la faute ?

Dans tout projet, il y a des ressources, des moyens et des hommes. Ajouté le cadre religieux et vous obtenez le mélange que vous connaissez. Alors, comment faire, lutter, vaincre, modifier ou convaincre ? Le monde occidental est lui-même prisonnier de ses certitudes et a, sous l'empire de sa raison, de sa morale, oublié le devoir de voir, savoir, comprendre, prévenir et agir. Oui, mais comment ? Tout est dans la question. La réponse n'est pas unique mais multiculturelle, multiculturelle. Y aurait-il d'autres Daesh ? Certainement.

Que le prétexte soit religieux, doctrinal, financier ou stratégique, Daesh a bel et bien posé les bases d'un « nouveau raisonnement marketing de combat ». Ne l'oublions jamais.