

9 novembre 2016, Journées de l'Économie

Les rouages économiques des groupes djihadistes au moyen orient

Paul Seabright: Toulouse School of Economics & Institute for Advanced Study in Toulouse







This is Mosul, where Iraqi troops are now fighting house to house, trying to defeat ISIS, push them out. Listen to these words.

CNN report 3 November 2016: ISIS leader al-Baghdadi makes rare statement on Mosul offensive

- ISIS' media arm has released audio purportedly featuring its leader, Abu Bakr al-Baghdadi, in which he says he's "confident of victory" in Mosul, the group's Iraqi stronghold.
 - Addressing the estimated 5,000 fighters holed up in the city, he said that "holding your ground in honor is a thousand times better than retreating in disgrace."
 - "God's enemies from the Jews, Christians, atheists, Shiites, apostates and all of the world's infidels have dedicated their media, money, army and munitions to fight Muslims and jihadists in the State of Nineveh after they witnessed it become one of the bases of Islam and one of its minarets under the Caliphate"
-

Un paradoxe: comment « vendre » un tel métier...?

- Recruter pour un métier « normal » demande une capacité de mettre en valeur les bénéfices du métier et de minimiser les coûts et les risques
 - Les groupes djihadistes font le contraire
 - Leur stratégie est une version plus extrême de ce que font beaucoup de religions, ainsi que certaines autres firmes qui mettent l'accent sur le coût de leurs produits (Rolls-Royce: « you won't want this car »)
 - Deux hypothèses:
 - Irrationalité ou idéologie
 - L'économie des plateformes: le coût est un « signal ».
-

Le principe de base d'une plateforme

- La plateforme essaie d'attirer plusieurs groupes d'utilisateurs pour qui l'intérêt de la plateforme est de les mettre en contact les uns avec les autres
- L'attractivité de la plateforme dépend donc pour chaque groupe du nombre et de la qualité des autres utilisateurs (comparer un lave-vaisselle et un smartphone)
- Ceci peut conduire à des stratégies divergentes de tarification
 - Soit des tarifs bas, voire zéro, pour augmenter la quantité des utilisateurs
 - Soit des tarifs élevés pour augmenter et signaler la qualité des utilisateurs
- La « tarif » peut être financier ou autre (règles de conduite...)

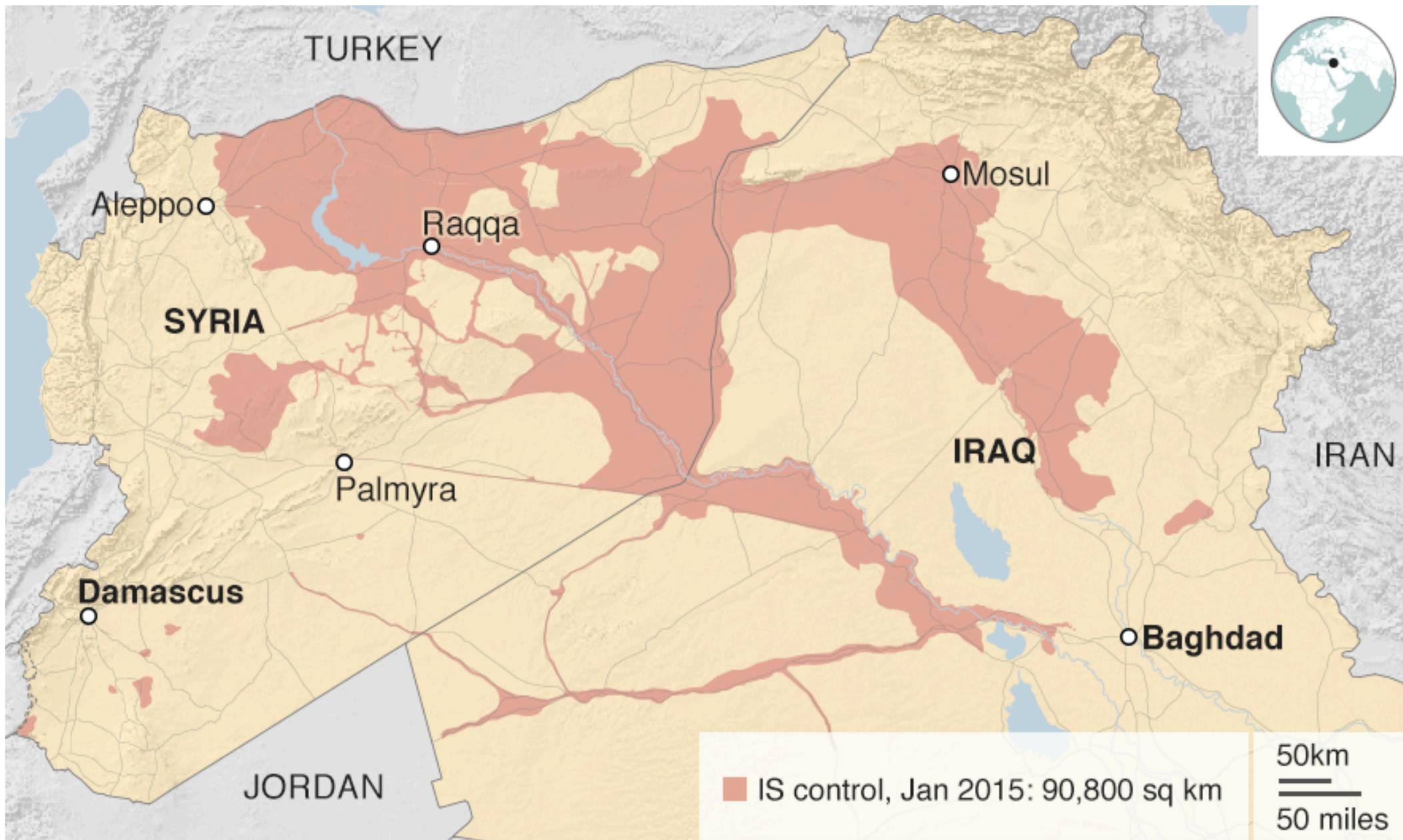


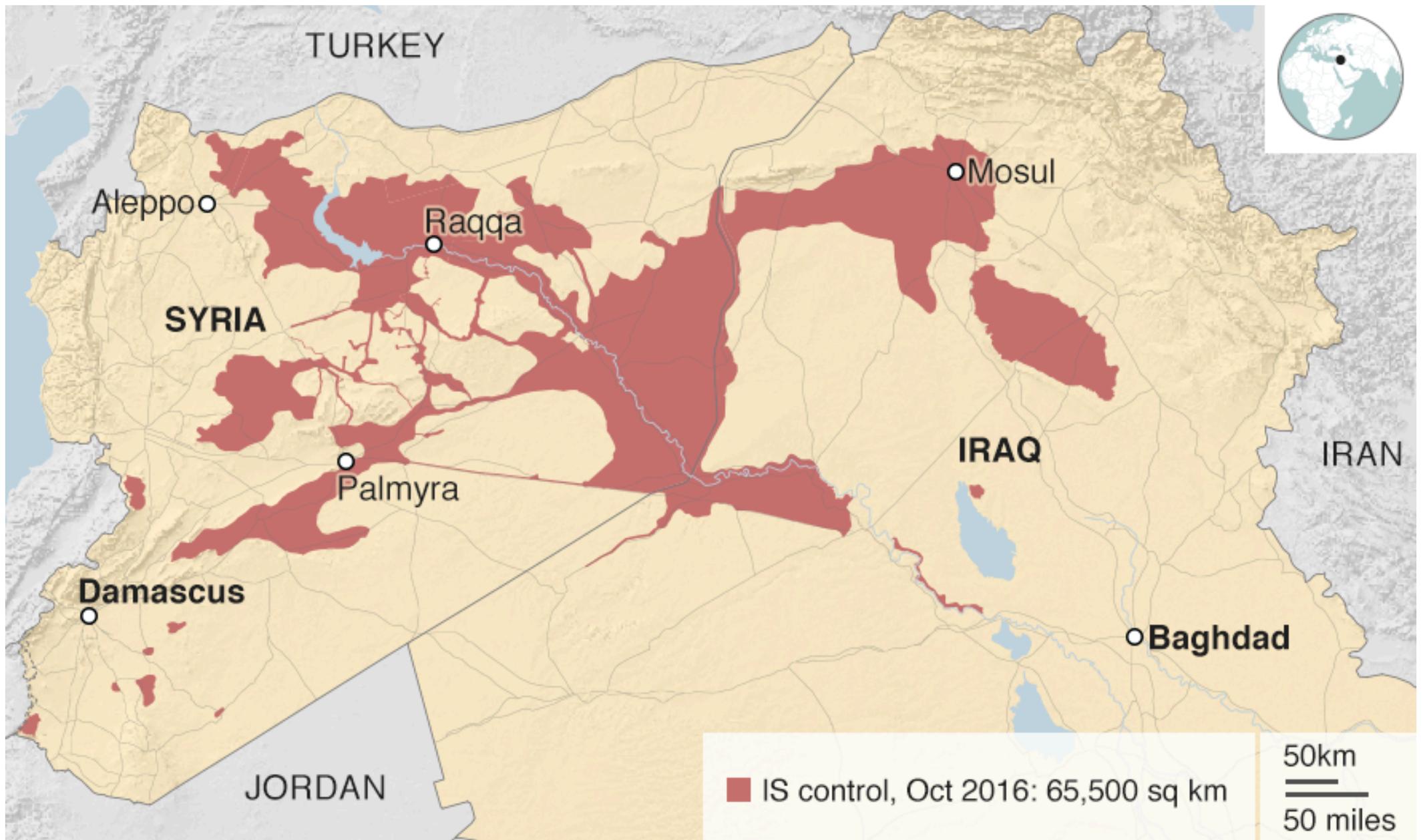
L'analyse des plateformes appliquée aux religions

- Les deux stratégies de tarification correspondent bien à la différence entre religions plus ou moins rigoureuses (« églises » versus « sectes »); littérature en économie des religions depuis Iannaccone (1994).
 - La place de l'idéologie reste importante pour les deux (le coût de l'appartenance peut être récompensée, dans l'au-delà par exemple)
 - Mais l'importance du signalement de la qualité des autres membres est d'autant plus important (« si d'autres y croient, pourquoi pas vous? »)
 - Un indice: plus le coût de l'appartenance est élevé plus la publicité fera référence aux individus « saints » ou « héros »
-

« Business models » alternatifs – comparer DAESH et Al-Qaeda

- Les deux organismes dépendent du recrutement – mais ils ciblent différemment leurs recrues potentielles
 - Al-Qaeda produit essentiellement du théâtre militaire et n'est pas attaché à une conquête territoriale
 - Le recrutement par DAESH a beaucoup augmenté après la déclaration du “califat” le 29 juin 2014
 - Le dernier califat fut aboli par Ataturk en 1924 après la fin de l'empire Ottoman
 - Quelles implications pour DAESH quand son territoire rétrécit?
-





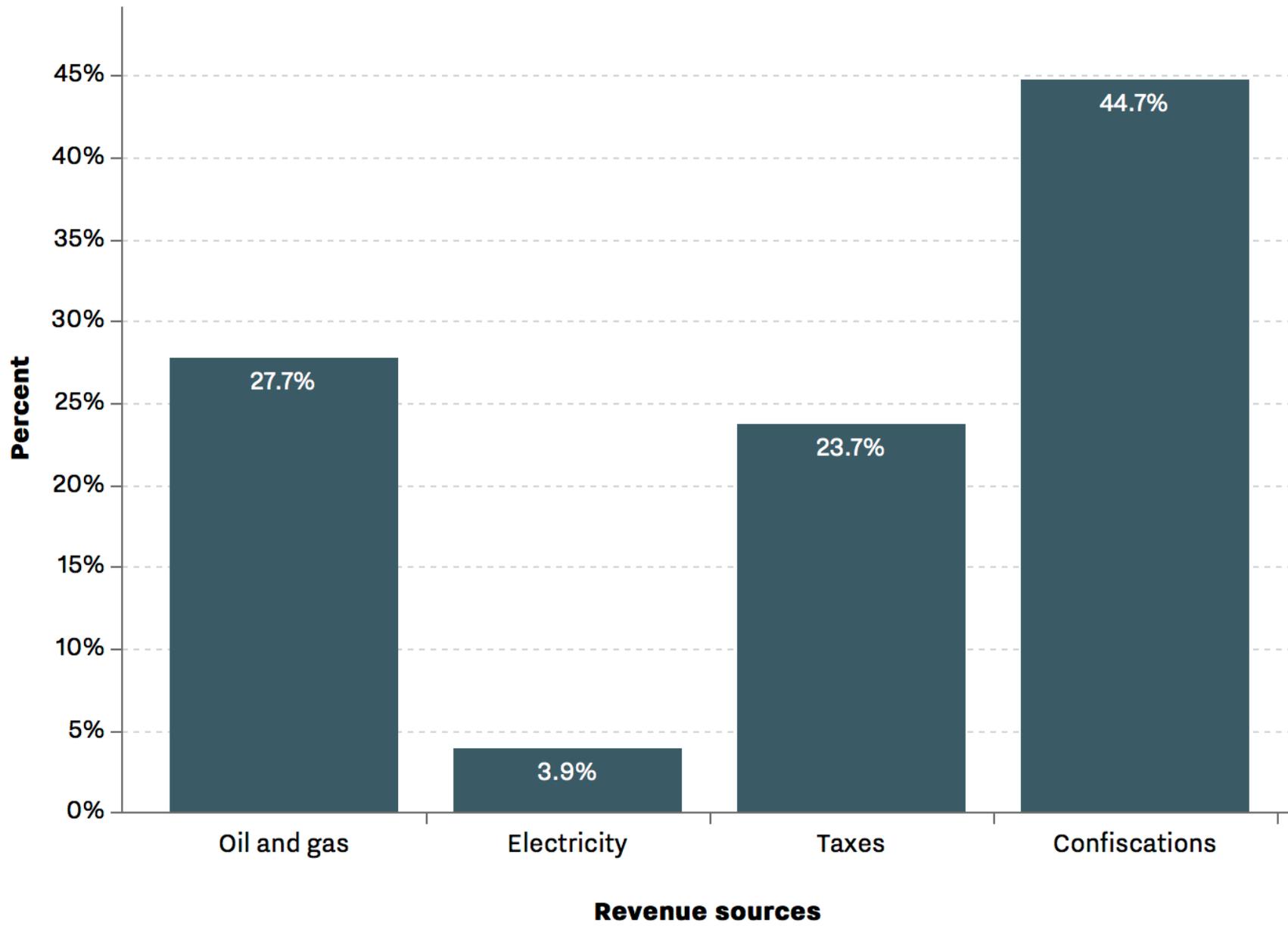
Nouvelle monnaie créée par DAESH en juin 2016



Autres aspects du “business model”

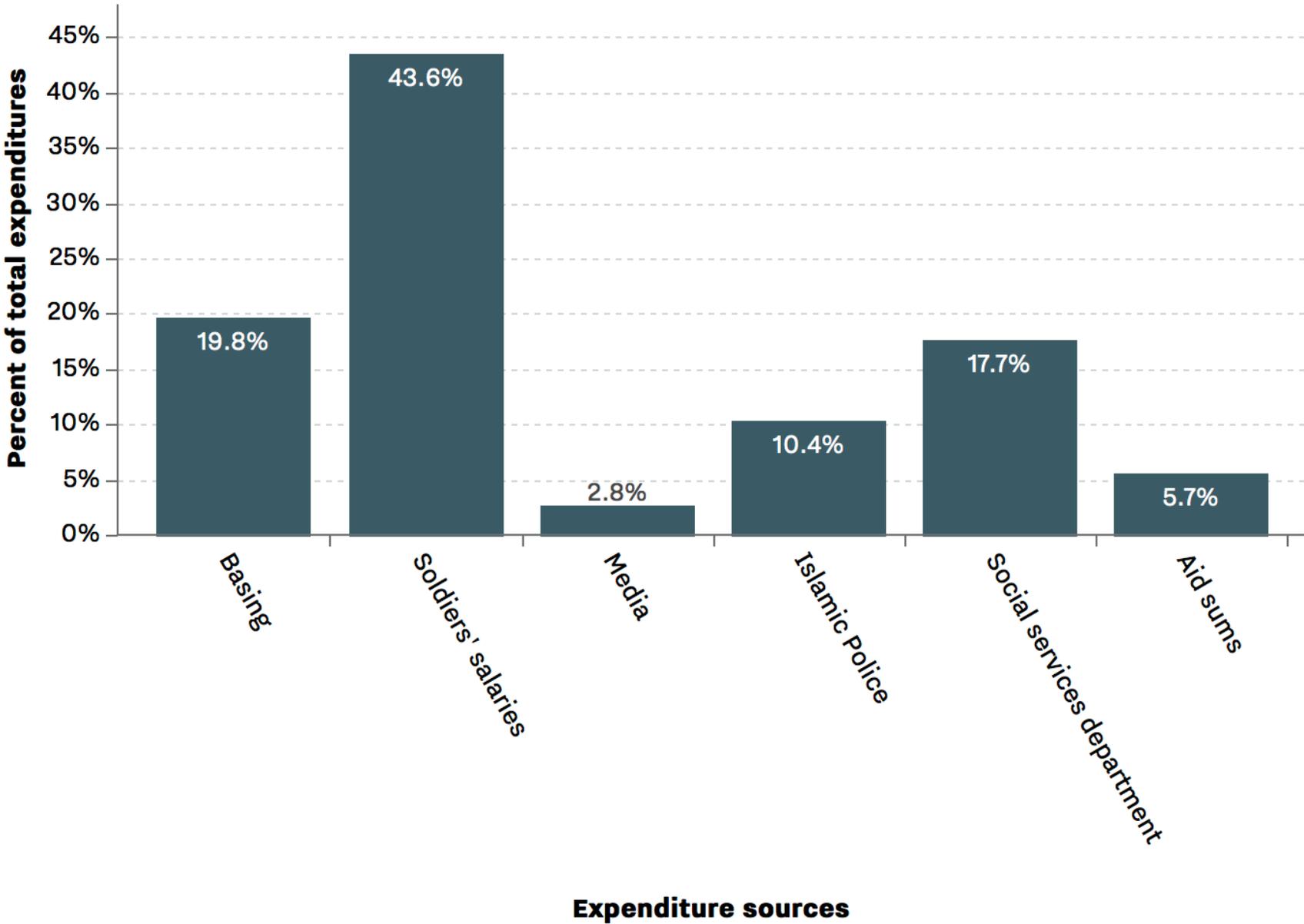
- Informations disponibles sur les revenus et dépenses de DAESH en 2015 nous font penser que les revenus viennent davantage d'extorsions que d'exploitation de pétrole (voir <http://www.vox.com/2015/10/7/9466633/isis-financial-records>)
 - Ceci implique que DAESH est peu vulnérable aux bombardements aériens, mais peut avoir du mal à soutenir sa légitimité
 - En particulier car la proportion de leurs dépenses destinée au développement est faible (contrairement à Hamas ou Hizbollah par exemple)
-

Where ISIS's money comes from



Source : [Jihadology \(2015\)](#)

Where ISIS spends its money



Source: [JIhadology](#)

Une dernière réflexion par George Orwell

- Fascism is psychologically far sounder than any hedonistic conception of life ... Whereas Socialism, and even capitalism in a more grudging way, have said to people “I offer you a good time,” Hitler has said to them, “I offer you struggle, danger, and death,” and as a result a whole nation flings itself at his feet ... We ought not to underrate its emotional appeal. (George Orwell, review of *Mein Kampf*, 1940)

