

LA PROPAGANDE DJIHADISTE AU SAHEL

Au Sahel, la propagande occupe une place centrale dans la stratégie des groupes djihadistes. Pour eux, la guerre ne se mène pas uniquement sur le champ de bataille, mais aussi dans la sphère médiatique et informationnelles. Le Jama'at Nusrat al-Islam wal-Muslimin (JNIM) aussi bien que l'État islamique au Sahel (EIS) ont su tirer parti des nouvelles technologies pour diffuser leur idéologie, revendiquer leurs actions, recruter de nouveaux membres et affirmer leur puissance face aux États et à la communauté internationale. Maîtrisant les réseaux sociaux, les applications chiffrées et les supports visuels, ces groupes adaptent leur communication aux contextes locaux et globaux pour asseoir leur influence.

GROUPE DE SOUTIEN À L'ISLAM ET AUX MUSULMANS - JNIM

Le JNIM accorde une importance stratégique à la communication, considérée comme une arme à part entière qu'il utilise pour revendiquer ses attaques, diffuser des images de guerre et propager son idéologie.



COMMUNICATION : UN PILIER STRATÉGIQUE

- Depuis ses débuts, le JNIM accorde une place centrale à la communication dans sa stratégie de guerre.
- Il est ainsi fidèle à la vision d'Ayman al-Zawahiri qui affirmait que « la moitié de la bataille se joue sur la scène médiatique ».
- L'essor d'Internet a permis au JNIM d'accéder à un public élargi, de coordonner ses actions et de rivaliser avec les discours des États.



OUTILS ET CANAUX NUMÉRIQUES MAÎTRISÉS

- Az Zallaqa : média officiel du JNIM utilisé pour ses revendications.
- WhatsApp pour la communication rapide, Telegram malgré les fermetures, Chirpwire, Element, TikTok pour contourner la censure.
- Lancement de ZALLAQAPP en 2025, diffusée uniquement via des liens privés, marquant une nouvelle étape dans sa maîtrise numérique. Ce canal permet la diffusion sécurisée des revendications et contenus de propagande.



MÉTHODES DE DIFFUSION ET CONTENUS

- Revendications immédiates après les attaques via des « flash info ».
- Communiqués détaillés enrichis d'images et de graphismes quelques heures plus tard.
- Diffusion d'images de prises de guerre, vidéos d'attaques, d'entraînements, y compris par drone.



OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION

- Montrer la puissance militaire ;
- Nourrir le sentiment de victoire ;
- Recruter des combattants et des sympathisants ;
- Radicaliser des individus en véhiculant l'idéologie djihadiste ;
- Contrecarrer les discours des États en imposant une autre narration ;
- Envoyer des messages aux gouvernements et à la communauté internationale pour marquer la capacité d'action du groupe.



ORGANISATION INTERNE

- La communication du JNIM est dirigée par Anis al Ghamri, un Algérien, illustrant le poids historique des combattants algériens au sein d'Al-Qaïda au Maghreb.
- Le développement de ZALLAQAPP serait lié à un rapprochement stratégique avec AQPA (Al-Qaïda Péninsule Arabique), organisation connue pour son expertise numérique.

ÉTAT ISLAMIQUE AU SAHEL -EIS

L'État islamique au Sahel se révèle moins innovant que le JNIM en matière informationnelle, privilégiant une communication sobre pour maintenir son image et recruter localement.

COMMUNICATION : CENTRALISÉE ET HIÉRARCHISÉE

- L'État islamique au Sahel s'inscrit dans la stratégie globale de communication de l'État Islamique central (EI Central).
- Le groupe ne dispose pas de média local propre : il dépend des organes centraux de propagande du « califat ».



OUTILS ET CANAUX NUMÉRIQUES PRIVILÉGIÉS

- Principalement Telegram pour la diffusion rapide et sécurisée des revendications.
- Pas d'application propre ni de média spécifique sahélien.
- Les annonces majeures sont relayées par Al Naba, la revue officielle de l'État islamique, fondée en 2015 et qui en était à son 485e numéro début 2025.



MÉTHODES DE DIFFUSION ET CONTENUS

- Revendications publiées sous forme de communiqués brefs et d'annonces dans Al Naba.
- Diffusion moins sophistiquée que celle du JNIM mais fidèle à une ligne claire et unifiée.
- Accent mis sur l'appartenance à l'État Islamique mondial, non sur une identité locale forte.



OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION

- Maintenir l'image d'un califat toujours actif malgré les revers militaires.
- Renforcer la cohésion idéologique avec le centre EI.
- Poursuivre le recrutement et la radicalisation sur les terrains sahéliens.



ORGANISATION INTERNE

- La communication au Sahel est dirigée par Zoubeirou, basé dans la zone d'Anderamboukane (région frontalière entre Mali et Niger).
- Peu de personnalisation locale : forte dépendance au modèle central de l'EI.



SOURCES

- [1] DIX-NEUVIÈME RAPPORT DU SECRÉTAIRE GÉNÉRAL SUR LA MENACE QUE REPRÉSENTE EIIL (DAECH) SUR L'ACTION MENÉE PAR L'ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR AIDER LES ÉTATS MEMBRES À CO
[2] ENTRETIEN AVEC SOURCE LOCALE LE 28 FÉVRIER 2025
[3] ENTRETIEN DE RECHERCHE ASSN AVEC LES COMMUNAUTÉS LOCALES
[4] ENTRETIEN AVEC SOURCE LOCALE 5 JANVIER 2025
[5] ENTRETIEN AVEC SOURCE LOCALE 28 FÉVRIER 2025