

L'ÉDITO

Jean-Marie Wynants

DAMSO : LE BAL DES HYPOCRITES

Ainsi donc, les patrons de Proximus et d'AB Inbev ont découvert les chansons de Damso et les ont trouvées tellement misogynes qu'ils ont amené l'Union belge de football à renoncer à sa collaboration avec le rappeur.

Quelques heures plus tôt, le Conseil des femmes avait exprimé les mêmes griefs. L'Union belge avait alors virilement décidé de maintenir sa position, refusant de se « *laisser prendre en otage par la polémique* ».

Manifestement, les sponsors ont plus de poids que le Conseil des femmes lorsqu'il s'agit de morale. Proximus et AB Inbev avaient à peine haussé le ton que l'Union belge rétro pédalait à toute blinde et décidait de laisser tomber l'idée. On imagine les deux comités de direction se réunissant pour écouter religieusement l'intégrale de *Batterie Faible* et *Ipséité* (les deux albums de Damso) et débattre de la position à adopter. Manifestement, le CA de l'Union belge n'avait pas été jusque-là et s'était contenté de l'avis des joueurs dont beaucoup sont fans du rappeur. Il s'est soudain trouvé tout bête en apprenant que celui qui avait été

choisi pour représenter l'idéal de diversité et d'intégration que veut véhiculer l'équipe nationale faisait dans le rap « sale ».

On ne peut pas vraiment en vouloir aux valeureux chevaliers du foot. Au départ, leur sport, c'est quand même une histoire de mecs, non ? « *Pas du tout* », s'empresse de rétorquer l'Union belge qui met en avant le travail de

promotion pour faire connaître les Red Flames, l'équipe nationale féminine. Bon après, c'est vrai qu'il n'y a aucune femme dans l'équipe dirigeante de la fédération. Mais ça, ça n'a rien à voir. Et c'est vrai que chaque week-end, autour des terrains, on entend des supporters invectiver les joueurs adverses avec des chapelets d'insultes qui valent largement le langage cru de Damso.

Damso va sortir le titre en question et faire un carton

Mais ça, c'est hors sujet. Et puis même, soyons réalistes. L'Union belge ne pouvait pas se permettre de perdre deux de ses plus gros sponsors. Or il est évident que si elle avait persisté dans son choix, Proximus et AB

Inbev se seraient retirés... Non ? Si, quand même ! Les valeurs passent avant le commerce...

Non ? Ou alors tout cela ne serait qu'une vaste mascarade où les

uns font mine de se fâcher (bon pour leur image) pour permettre aux autres de se dédire ?

Quant au fait que la partie flamande du pays ait sonné la charge la première (tout comme il y a quatre ans contre la chanson de Stromae, rassembleuse mais exclusivement en français), ce n'est aussi qu'une coïncidence. Tout est donc bien qui finit bien.

Damso va sortir le titre en question et faire un carton dans son jeune public grâce à la formidable exposition médiatique de ces derniers jours. L'Union belge ressortira l'inusable rengaine du Grand Jojo. Et les sponsors pourront enfin se reconcentrer sur d'autres dossiers. Comme le sponsoring de festivals où Damso fait un carton à tous les coups, attirant un jeune public que les marchands de SMS et de pils rêvent de séduire. Mais ça, bien sûr, ça n'a rien à voir. Damso au foot, c'est sale. Damso en festival, c'est top. Et dans un cas comme dans l'autre, les sponsors savent pourquoi.