

C'est peut-être parce que je viens d'ailleurs, que le français n'est pas ma langue maternelle, que j'ai dû l'adopter, donc l'appivoiser, découvrir peu à peu ses charmes et ses caprices, mais voilà : je ne supporte pas qu'on malmène cette langue, qu'on la défigure par des anglicismes ou carrément, qu'on remplace des termes pourtant courants par des mots anglais qui n'ont même pas l'excuse d'une nouveauté technique. Et je ne vous parle pas là de personnes qui sont fâchées avec l'école, d'ados voulant passer pour « trendy » ou d'expatriés essayant de trouver un langage commun. Non, je vous parle d'organismes tout à fait officiels et pour le cas qui m'occupe ici, de l'agence de communication chargée de promouvoir le tourisme à Bruxelles.

Voici donc « *Visitbrussels.be, Bienvenu sur le site officiel de l'office du tourisme et du mices de Bruxelles, capitale de l'Europe et de la Belgique* » . *Bienvenu, et mercie pour le mices*

(?). Sur la page d'accueil, on lit «

*Visit.brussels, sized for tourism & meetings*

». Attention, on est sur la page en français, il y en a deux autres, en néerlandais et anglais (et même en chinois, dédiée au « luxury shopping »). On y découvre parmi les onglets « trade », « you are/you want », tous termes et expressions qui ne doivent pas avoir leurs équivalents en français. Tout comme « kids », « foodies », « Brussels green » ou « contemporary »... Faudrait peut-être préciser à l'agence de communication que « ville bilingue » ne veut pas dire « ville anglophone ».

Oui mais bon, il y a quand même des passages en français ? En effet, et quel français... Au pire, des fautes, au mieux, du charabia. On découvre ainsi que « *En se situant au cœur de l'Europe, Bruxelles a la chance d'avoir des superbes connections aériennes, routières et ferroviaires* »

. Dans « *Bruxelles pratique et en chiffre*

» (un seul chiffre, voilà un esprit de synthèse !), on peut lire «

*Destination accessible, prix raisonnables qui respectent le portefeuille de ses visiteurs, quelque (!) soit son âge* »

(l'âge du portefeuille donc ?). On découvre ainsi qu'une des missions de l'agence est de « *concevoir et réaliser sites internet, brochures, produits et objet qui donnent envie de Bruxelles* »

. On se demande bien quel est ce mystérieux « objet » (unique) qui « donne envie »...

Et si tout cela vous « donne envie » surtout de protester, vous recevrez comme réponse automatique ceci :

*"Votre question a été envoyé. Merci pour votre question ou remarque. Celui-ci sera traité dès que possible".*

J'attendrai donc, avec curiosité, *le réponse* à *mon question* qui est surtout l' expression de *mon colère*

. Bruxelles mérite mieux !