

Scritture Migranti 18/2024

Mangiare e parlare. Migrazione e incontri gastronomici dal punto di vista della lingua e della cultura

Indice

Editoriale

I-II

Parte monografica

Introduction. Des mets et des mots. Migrations et rencontres gastronomiques sous l'angle des langues-cultures

a cura di Loredana Trovato

3-16

« Une étoile (verte) est née » : pratiques durables et stratégies discursives des restaurants du Guide Michelin en France et en Italie

Lorenzo Devilla, Nicla Mercurio

17-48

Sur la variation terminologique et traductologique de quelques gastronymes siciliens dans un corpus de textes touristiques en langue française

Paola Labadessa

49-80

Migrations gastronomiques et lexicographiques. Les noms des fromages italiens au prisme d'Internet et des dictionnaires

Stella Mangiapane

81-100

Stratégies d'adaptation des marques agroalimentaires internationales au contexte local : analyse des mutations identitaires et discursives de Danone, Nestlé et Carte d'Or dans une perspective franco-italienne

Sergio Piscopo

101-133

Migrations dénominatives internes des produits gastronomiques sardes. Entre linguistique et marketing

Francesca Chessa, Cosimo De Giovanni

135-162

Contaminazioni e migrazioni gastronomiche nelle ricette di Jehane Benoît “grande dame” della cucina canadese

Sergio Piraro

163-188

Tradition italienne et terroir suisse. L’italianité gastronomique dans la communication publicitaire de certaines activités commerciales implantées en Suisse romande : entre remémoration et stéréotypie

Stefana Squatrito

189-213

Intégrer le genre dans l’enseignement/apprentissage du lexique du tourisme et de la gastronomie

Sara Manuela Cacioppo

215-243

Lingue migranti

Narrative Medicine and the new scenarios of language learning and teaching. Linguistic autobiographies, Translingualisms and migration traumas

Andreina Sgaglione

245-274

Promuovere la didattica plurilingue attraverso i testi di scrittrici italiane con background migratorio. Le percezioni di docenti e studenti

Camilla Spaliviero

275-322

Voices in Transition. Exploring the Personal Narratives of Newly-Arrived Learners in Malta

Phyllisienne Gauci, Sandro Caruana

323-352

Scritture/Visioni

Appendix

Eva Markov, translated by Phyllisienne Gauci and Sandro Caruana

355-359

The Fourth Road, Aulò, Beyond the Frame, and Maka: A Study Guide

Simone Brioni, Lorraine Hallett
361-386

La Quarta Via, Aulò, Oltre i Bordi e Maka. *Attività Didattiche*
Simone Brioni
387-407

Rassegne

Antonella Benucci, Ginevra Bonari, Viola Monaci e Orlando Paris (a cura di),
Lingue, linguaggi e spazi: per una diversa visione del carcere e della mediazione
Eleonora Zucchini
409-414

Cecilia Ridani,
Scrivere la Libia. Rappresentazioni letterarie della "Quarta sponda" nell'Italia postcoloniale
Paolo Ronzoni
415-417

Anna Finozzi,
La letteratura postcoloniale per l'infanzia (2010-2022)
Camilla Russo
418-421

Riccardo Quintana-Vallejo,
Growing Up in the Gutter: Diaspora and Comics
Chiara Simone
422-426

EDITORIALE

Daniele Comberinati, Yahis Martari, Chiara Mengozzi

Scritture migranti ha svolto un ruolo cruciale nello studio, nella diffusione e nella ricezione della letteratura migrante e postcoloniale in Italia. Fin dal primo numero, pubblicato nel 2007, il lavoro del fondatore Fulvio Pezzarossa e dei suoi collaboratori ha creato uno spazio di approfondimento scientifico su un ambito della letteratura – italiana e non – che incontrava notevoli difficoltà ad affermarsi nel discorso accademico del tempo. I risultati sono stati straordinari: *Scritture migranti* è stata la prima rivista accademica a occuparsi di letteratura migrante in Italia, contribuendo a portare l'attenzione su numerosi autori e autrici, oggi riconosciuti al di fuori del campo di studi specifico. La rivista, inoltre, ha saputo integrare articoli accademici con interventi di altra natura, tra cui interviste, traduzioni e contributi artistici, arricchendo e diversificando l'oggetto di studio.

A partire da questo numero – il diciottesimo – la rivista inaugura una fase ulteriore, con una nuova direzione (costituita da Daniele Comberinati, Yahis Martari e Chiara Mengozzi) e un rinnovato comitato scientifico e redazionale. I percorsi personali e professionali di gran parte del nuovo comitato direttivo evidenziano quanto le migrazioni e le politiche culturali e linguistiche ad esse relative, declinate in modalità diverse, rimangano al centro della nostra visione. Da questo punto di vista, intendiamo coniugare tradizione e rinnovamento, valorizzando quanto costruito finora e, al contempo, esplorando nuove strade e nuovi percorsi critici.

Il presente volume, dunque, così come il prossimo, rispecchia pienamente tale prospettiva. La parte monografica di questo numero, curata da Loredana Trovato, offre un'analisi approfondita delle diverse relazioni – soprattutto in ambito linguistico – tra migrazione e cibo, un campo di studi oggi particolarmente vitale. Oltre alla sezione monografica, composta da otto articoli e un'introduzione della curatrice, proseguiamo con l'intento di presentare articoli scientifici esterni al focus tematico. I saggi di Andreina Sgaglione sui traumi linguistici nelle narrazioni mediche e quelli della sezione linguistica evidenziano la varietà e gli approcci pluridisciplinari che caratterizzano la rivista e che intendiamo rafforzare nei prossimi numeri.

Abbiamo inoltre scelto di dare continuità anche alla sezione non strettamente accademica della rivista, che ospita questa volta due contributi di Loraine Hallett e Simone Brioni sui possibili percorsi didattici legati al film *Maka*. A completare il volume, la sezione delle recensioni, curata principalmente dal comitato redazionale, che aspiriamo a trasformare in un punto di riferimento per riflessioni sulle novità bibliografiche, teoriche e metodologiche, nel campo degli studi multidisciplinari sulle migrazioni.

Se questo numero rappresenta, come indicato, un omaggio alla continuità con la precedente redazione, sarà con il prossimo numero (in uscita nel 2026) che il nostro approccio diventerà più evidente. La sezione monografica del 2026 sarà infatti dedicata alla musica Trap, analizzata secondo diverse prospettive – letteraria, linguistica, storica, antropologica, sociologica, etnomusicologica, e altre – proprio per sottolineare l’approccio pluridisciplinare già menzionato.

Nella volontà di proseguire il lavoro precedente, apportando anche qualcosa di nuovo e di originale, ci prepariamo al compito più complesso, ma anche più entusiasmante: trovare un equilibrio tra continuità e innovazione. Consapevoli che il focus sulla migrazione, oggi più cruciale che mai in diversi ambiti della società, rimarrà la nostra prospettiva principale, continueremo a contribuire, da questa angolazione, alla comprensione del mondo circostante.

INTRODUCTION. DES METS ET DES MOTS.
MIGRATIONS ET RENCONTRES GASTRONOMIQUES SOUS L'ANGLE DES LANGUES-CULTURES

Loredana Trovato

La paronomase du titre de ce numéro de « Scrittura migranti » met en lumière la dynamique bidirectionnelle entre les mots et les mets, qui se produit en un dialogue constant et mutuel. La gastronomie, en tant que langage universel, reflète les migrations et les échanges culturels, façonnant ainsi l'identité culinaire et socioculturelle d'un peuple. Les mets vont au-delà de la simple satisfaction des besoins nutritionnels ; ils incarnent des valeurs et des traditions, tout en étant le miroir des territoires et de leur histoire. L'idée à la base de ce numéro est l'acceptation large de la notion de « migration gastronomique », englobant non seulement le déplacement géographique des populations, mais aussi les échanges symboliques et sociaux des langues et des cultures d'origine avec celles d'accueil. En partant du principe que la culture gastronomique résulte pour la plupart des migrations, l'objectif est d'explorer les interactions entre les cultures italienne, française et francophone à travers le prisme des sciences du langage. Les articles présentés soulignent les relations étroites entre ces langues-cultures, tout en envisageant la migration des mets et des mots comme une opportunité de rencontre et de compréhension mutuelle entre les peuples.

Mots-clés

Mots ; Mets ; Migrations gastronomiques ; Sciences du langage.

INTRODUCTION. FOOD AND WORDS.
MIGRATION AND GASTRONOMIC ENCOUNTERS FROM THE PERSPECTIVE OF LANGUAGE AND
CULTURE

The paronomasia in the title of this issue of « Scrittura migrant » highlights the two-way dynamic between words and food, which occurs in a constant and mutual dialogue. Gastronomy, as a universal language, reflects migrations and cultural exchanges, shaping the culinary and socio-cultural identity of a people. Food goes beyond simply satisfying nutritional needs; it embodies values and traditions, while at the same time mirroring territories and their history. The idea behind this issue is the broad acceptance of the notion of «gastronomic migration», encompassing not only the geographical movement of populations, but also the symbolic and social exchanges between the languages and cultures of origin and those of destination. Starting from the premise that gastronomic culture is for the most part the result of migration, the aim is to explore the interactions between Italian, French and Francophone cultures through the prism of language sciences. The articles presented highlight the close relationship between these languages and cultures, while looking at the migration of food and words as an opportunity for encounters and mutual understanding between peoples.

Keywords

Words; Food; Gastronomic migrations; Language sciences.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21125>

INTRODUCTION. DES METS ET DES MOTS.

MIGRATIONS ET RENCONTRES GASTRONOMIQUES SOUS L'ANGLE DES LANGUES-CULTURES

Loredana Trovato

Des mets et des mots

La paronomase du titre révèle immédiatement la relation subtile et profonde entre l'alimentation – et, au sens large, la gastronomie – et la langue. Cette relation est au cœur des intérêts des articles qui composent ce numéro de « Scrittura migranti ». En effet, au-delà de leur similarité phonétique, le rapport intrinsèquement bidirectionnel entre ces deux termes influence nos choix alimentaires et notre langage, en déterminant même le processus d'évolution culturelle d'un peuple ainsi que de structuration et configuration identitaires, sans oublier les dynamiques communicationnels. Les deux termes peuvent également être envisagés comme deux symbiotes, en raison de leur relation mutualiste : les mots enrichissent notre expérience culinaire en nous permettant de mieux comprendre et apprécier les mets, tandis que les mets enrichissent notre langue en inspirant de nouveaux mots et expressions. Dans certains cas, la cuisine a même donné naissance à une terminologie propre : pensons à des mots tels que *gourmet*, *délicatesse* ou *savoureux*, qui sont nés du besoin de décrire des expériences culinaires spécifiques. De plus, les noms des plats eux-mêmes, souvent dérivés d'autres langues, témoignent de l'histoire de la cuisine ; cette dernière est le fruit d'un mouvement global et mondialisé *ante litteram*, qui a toujours bénéficié des interactions et des échanges entre les communautés et leurs territoires.

La gastronomie, ou « l'art de la bonne chère »¹, est donc bien plus qu'une science reliée au simple acte de manger. Elle est un langage universel qui témoigne de l'histoire des peuples, de leurs migrations et de leurs échanges culturels. Il n'est

¹ C'est la définition donnée par le *Grand Robert de la langue française*, édition en ligne et en abonnement annuel. <https://grandrobert.lerobert.com/robert.asp> (*Ad vocem*). Les autres références seront indiquées dans le corps du texte entre parenthèses par le sigle (GRLF 2024).

donc pas surprenant que, à travers les siècles, la relation entre les mets et les mots ait tissé la toile d'une identité culinaire et lexicoculturelle riche et variée, qui a fait l'objet de plusieurs études aux approches et aux perspectives différentes². Loin de se limiter à des aliments satisfaisant nos besoins nutritionnels, les mets reflètent les valeurs et les traditions d'un peuple et portent une signification précise qui relie les plans sémiotique, sémantique et social dans les actes de préparer, partager et consommer les plats. Les mets sont en outre le miroir d'un territoire et de ses traits géomorphologiques : prenons le cas de la cuisine méditerranéenne, dont les plats riches en huile d'olive, poissons et légumes résultent du climat, de la géographie et de la longue histoire de commerces, d'échanges et de partage qui a toujours caractérisé cette aire de l'Ancien Continent. En effet, toute l'histoire de la cuisine est une histoire d'échanges, de partage et de compromis. C'est Dan Jurafsky qui le rappelle dans son ouvrage *The Language of Food. A Linguist Reads the Menu* (2014), où il relate quelques histoires de plats et de condiments venus de loin, ayant des origines et des saveurs différentes de celles que nous connaissons aujourd'hui, comme le *ketchup*, qui était à l'origine une sauce fermentée à base de poisson, provenant de Chine :

The story of ketchup is a fascinating window onto the great meetings of East and West that created foods we eat every day, telling us how sailors and merchants spent a thousand years melding the food preferences of the West and the East to form our modern cuisines. (Jurafsky 2014, 2)

Les mots, à l'instar des mets, sont des outils puissants pour exprimer et transmettre des idées, des émotions et des savoirs. La langue est le véhicule principal de la culture et joue un rôle essentiel dans la perpétuation des traditions culinaires. À travers les mots, les recettes sont partagées, les techniques de cuisine sont enseignées, et les expériences gustatives sont décrites. Les mots ont également le

² Il n'est vraiment pas possible de rendre compte de toute la bibliographie à cause de l'ampleur des approches et des perspectives sous lesquelles on peut aborder les pratiques discursives sur l'alimentation et la gastronomie. Pour en comprendre l'importance, il suffit de se pencher sur deux aspects. Le premier, c'est que la gastronomie est considérée comme un « lieu de mémoire » (Ory 1992, 823-853) ; le deuxième porte sur l'acte de se nourrir, défini par Marcel Mauss comme « un phénomène social total » (1952, 147) des plus complexes, qui « touche à des questions essentielles pour la compréhension du fonctionnement d'une société » (Hache-Bissette et Saillard 2009, 11).

pouvoir de transformer notre perception des aliments. Un plat peut sembler plus appétissant lorsqu'il est décrit de manière poétique ou évocatrice. De même, le langage utilisé pour parler de la nourriture peut influencer nos choix alimentaires et notre appréciation des saveurs.

Et pourtant, la relation entre les *food studies* et les sciences du langage est un acquis récent de la recherche scientifique, car les questions principales concernant la nourriture, la gastronomie et les migrations ont été plutôt abordées sous l'angle de l'anthropologie, de la sémiotique et des sciences sociales, pour ne citer que les approches de type humaniste. Néanmoins, comme le soulignent Jillian R. Cavanaugh et Kathleen C. Riley (2017, 131) :

Language and food are intertwined not only through their orality, but also because both are signifying media through which humans negotiate their material and social existence. Many studies of language incidentally include data about growing, sharing, cooking, eating, and advertising food; similarly, many studies of food include linguistic data: words and genres representing food, speech acts organizing its production and consumption, texts detailing its preparation and distribution. And yet the many intrinsic relationships between language and food—between their material production and symbolic comprehension—have only begun to be explicitly theorized or conceptualized.

Migration de peuples et cultures gastronomiques

Les migrations ont toujours joué un rôle crucial dans le développement des langues-cultures gastronomiques, en laissant une empreinte indélébile sur la cuisine des régions d'accueil. Cela commence avec la contribution fondamentale des peuples nomades qui, dès de le début de l'histoire de l'humanité, ont été les vecteurs principaux de la diffusion, du métissage et du développement de pratiques et d'habitudes alimentaires.

Les célèbres routes des épices ont ensuite contribué à l'enrichissement et au métissage du lexique et des pratiques gastronomiques. Ces voies commerciales ont permis l'introduction de nouveaux ingrédients sur différents continents, accompagnés de termes spécifiques pour les décrire. Les épices, devenues des éléments essentiels de nombreuses cuisines à travers le monde, ont souvent voyagé le long des routes commerciales. La cannelle, originaire du Sri Lanka, est un exemple

précis de cet échange culinaire. Introduite en Europe par les marchands arabes, elle est devenue un ingrédient clé dans de nombreuses recettes européennes (Lallemand *et al.* 2000, 422).

Les explorations et les conquêtes ont pareillement enrichi le lexique gastronomique. Lors des Grandes Découvertes, les Espagnols et les Portugais ont ramené des ingrédients du Nouveau Monde tels que les tomates, le maïs et le chocolat. Ces produits ont non seulement transformé les habitudes alimentaires mais ont aussi introduit de nouveaux mots dans le vocabulaire culinaire européen.

Comme le résumait bien Kathleen C. Riley et Amy L. Paugh (2019, 43) :

[...] food has long been a medium of semiotic (mis)communication for peoples arriving at the doorstep of others. Whether in the form of spice trades, colonialism, or globalization, innumerable cross-cultural encounters have been instigated by and organized around food. For instance, spices became invested with power-laden values of status, hierarchy, and ethnic difference, and as a result transformed into a meaningful currency of cross-cultural dialogue. And the sorts of food-focused exchanges that took place in caravansaries and bazaars so long ago continue to unfold in consequential ways around the world today. These take place due to a range of migratory experiences, from the first acquisitive journeys of discovery by Europeans to the inquisitive jaunts of jet-setting tourists and the difficult treks of immigrants and refugees today.

La gastronomie mondiale est donc une mosaïque riche et complexe, tissée au fil des siècles par des mouvements humains constants. Ces migrations, qu'elles soient volontaires ou forcées, ont joué un rôle fondamental dans la diffusion des ingrédients, des techniques culinaires et des traditions alimentaires.

Le lexique gastronomique que nous utilisons aujourd'hui est ainsi un témoin vivant de cette histoire : il suffit de penser, par exemple, au mot *couscous*. Bien qu'il soit emblématique de la cuisine berbère, il a voyagé à travers l'Afrique du Nord et au-delà, devenant une partie intégrante du vocabulaire culinaire mondial.

La cuisine italienne est, à son tour, emblématique du rôle des migrations à l'époque moderne et de leur importance dans le processus de modification, voire de transformation, des goûts et des coutumes d'un peuple. Des aliments comme la *pizza* et la *pasta* sont entrés dans le régime alimentaire de plusieurs pays du monde, ainsi que dans leur vocabulaire, où ces termes, avec beaucoup d'autres, tels que *spaghetti*, *lasagne*, *cappuccino*, *risotto*, *tiramisu* ou *mozzarella*, sont attestés dans les

dictionnaires depuis longtemps : en France, le mot *lasagne* est attesté dès 1640, tandis que le mot *pizzza* apparaît aux États-Unis dès le XIX^e siècle, alors qu'en Italie il faudra attendre le XX^e siècle pour qu'il soit reconnu comme un mot italien et non pas dialectal.

En se penchant sur les communautés migrantes, on peut citer la communauté italienne de Montréal, qui a appris aux Québécois la saveur des poivrons rouges ou du « sugo du dimanche » (Trovato 2024, 26). Malgré les températures rigoureuses de l'hiver canadien, les émigrants italiens n'ont pas renoncé à cultiver leurs jardins, où poussaient des aubergines, des tomates, des courgettes et d'autres légumes typiques du régime alimentaire méditerranéen, réussissant même à implanter des arbres tels que le figuier, le citronnier, le laurier et l'olivier. L'implantation de ces arbres ne sert pas uniquement à la survie des familles : il s'agit plutôt d'un acte symbolique qui apporte plaisir et bonheur, tout en maintenant un lien solide avec la terre d'origine. Cela ne caractérise pas seulement les Italiens de Canada, mais toutes les communautés qui « ont fait leur propre courage »³ à l'étranger.

En France :

Les paysans italiens installés dans le Sud-Ouest pendant l'entre-deux-guerres sont à l'origine de transformations agraires importantes, du renforcement de la place occupée par le maïs qui conduit à la popularisation de la polenta, et également de la diversification de la cuisine locale avec l'utilisation beaucoup plus fréquente de courgettes, poivrons, haricots verts, tomates, pastèques, melons rouges, etc. ». (Saillard 2017, 165)

Pour rester en France, nous ne pouvons pas omettre le cas de l'immigration maghrébine, non seulement pour ses séquelles politiques et socioculturelles, mais aussi pour la popularisation de sa cuisine : outre le *couscous*, terme connu en France déjà au XVIII^e siècle, le *tajine* et le *taboulé* sont des plats désormais intégrés dans la culture culinaire française. Le premier s'est diffusé dans les dictionnaires vers la fin

³ C'est le titre du film du metteur en scène Giovanni Princigalli, *Ho fatto il mio coraggio (J'ai fait mon propre courage)* (2009), « qui rend hommage, de manière respectueuse et poétique, documentaire et émotive, aux modestes paysans italiens émigrés au Canada, et surtout aux femmes, à leurs espoirs, leurs rêves, leurs souffrances » (« J'ai fait mon propre courage », un film de Giovanni Princigalli | Encyclopédie du MEM (montreal.qc.ca)>).

du XIXe siècle, tandis que le deuxième est très récent, car il a commencé à se répandre à partir de 1975 (GRLF 2024, *ad vocem*).

Les migrations ont également permis l'émergence des cuisines fusion, où différentes traditions culinaires se rencontrent et se mélangent. Cela se reflète et dans les plats eux-mêmes, et dans le langage utilisé pour les décrire. Par exemple, le terme « sushirrito » combine le sushi japonais et le burrito mexicain, illustrant comment le langage évolue avec la gastronomie. Il n'en va pas de même pour toutes les cuisines combinant des cultures alimentaires différentes, car comme le rappellent Kathleen C. Riley et Amy L. Paugh (2019, 44) :

Frequently, syncretic foods result from colonial imposition—that is, a new food is created out of a mix of the meaningful foodways of the colonial settlers and those they settle among and learn from. Foods such as these may then be re-filled with symbolic meaning as a local, heritage food—that is, a food handed down through the generations and celebrated as symbolic of this particular tradition.

Le lexique gastronomique est un héritage vivant des migrations humaines. Il est le reflet des rencontres, des échanges et des adaptations qui ont façonné notre monde culinaire. À travers le langage, nous préservons et célébrons la diversité culturelle et l'histoire collective de l'humanité. Chaque mot, chaque plat, raconte une histoire de voyages et de découvertes, nous rappelant que la gastronomie est, avant tout, un art partagé et un moyen favorisant les processus de compréhension interculturelle entre les peuples. Elle favorise le dialogue entre les cultures et permet de dépasser les barrières linguistiques et culturelles, en constituant en outre un miroir clair des dynamiques complexes des migrations humaines, ainsi que des valeurs et des symboles qui leur sont associés, comme le rappellent Kathleen C. Riley et Amy L. Paugh (2019, 100) :

In situations of cross-cultural contact and conflict, food is often translated and reframed, incorporated and rejected, mixed and purified and (re)invented. Sometimes distinctive food meanings are deliberately produced and marketed, but sometimes this happens in slightly less managed ways as salient foods are transformed into symbolic currency for human exchange. Loosed from their iconic and/or indexical moorings, decontextualized and recontextualized, new symbolic values are shaped.

Présentation des articles

Le point de départ de ce numéro est l'acception plus large du concept de « migration », considéré comme un déplacement de populations impliquant non seulement un simple déplacement géographique, mais surtout un déplacement à valeur symbolique et sociale des langues-cultures de départ, qui entrent progressivement en contact avec la/les langue/s culture/s d'accueil.

Partant du présupposé que la culture gastronomique est le fruit des migrations des peuples au fil du temps, nous avons voulu nous interroger, en particulier, sur les migrations et les rencontres gastronomiques concernant les cultures italienne, française et francophone, envisagées au prisme des sciences du langage. Les différents points de vue développés ainsi que les différentes perspectives adoptées mettent en évidence les rapports étroits qui ont caractérisé les deux langues-cultures à travers les siècles. Bien que les divisions et les conflits aient, eux aussi, contribué à dresser l'histoire des nations, leur métissage et leur dimension multiculturelle, nous envisagerons la migration de mets et de mots comme une occasion de rencontre et de compréhension mutuelle qui n'intéresse pas exclusivement la sphère franco-italienne, mais qui s'étend à l'échelle globale grâce aux processus de mondialisation et à la diffusion globale, voire virale, des cultures gastronomiques.

Les approches utilisées vont de la didactique, considérée comme une forme de migration de connaissances, compétences et savoir-faire, à la sociolinguistique, à l'analyse du discours, à la lexicologie comparative et à la lexicographie, en passant par des zones géographiques précises (Sardaigne, Québec, Suisse) ou par différents outils, tels que le web, les guides de voyage ou les dictionnaires. Nous les avons rassemblés en trois sections : *approches comparatives* ; *géogastronomie(s)* ; *gastronomie, genre et didactique du FLE*.

La première section comprend les articles de Lorenzo Devilla et Nicla Mercurio, Paola Labadessa, Stella Mangiapane et Sergio Piscopo.

L'étude de Lorenzo Devilla et Nicla Mercurio part du constat que les questions environnementales occupent une place prépondérante dans le débat public et privé depuis plusieurs années. Dans ce contexte, de nombreuses

entreprises, notamment dans le secteur de la production, adoptent des pratiques durables pour concilier les nouvelles valeurs éthiques avec leurs activités économiques. Cela se traduit par une communication active autour de leur RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), qui intègre également une dimension environnementale. Cette démarche vise à séduire un public qui, influencé par le mouvement du « néolocalisme », privilégie le local, l'authenticité et la tradition. De ces présupposés, leur article se propose d'explorer la communication durable sur les sites web de restaurants français et italiens qui ont été récompensés par une Étoile verte ou d'autres distinctions. En adoptant une approche à la fois qualitative et quantitative, comparant la France et l'Italie, ils analysent spécifiquement les choix linguistiques et les stratégies discursives mises en œuvre afin de comprendre comment ces restaurants gastronomiques se positionnent entre les dimensions mondiale et locale et dépassent la dichotomie tradition-innovation.

L'augmentation de dictionnaires et publications gastronomiques à l'échelle mondiale soulève des questions sur l'existence d'une lexicographie spécialisée et d'une science dédiée à l'étude lexicologique de la cuisine. C'est à partir de cette idée que Paola Labadessa développe sa réflexion, en introduisant le terme « gastronyme » pour mettre en avant les spécificités des noms de produits alimentaires. Elle analyse des gastronymes siciliens dans des textes touristiques en français, en se penchant sur les variations terminologiques liées à leur dénomination et traduction. En utilisant des travaux sur la traduction et des ressources comme la lexicographie italo-sicilienne, cette recherche examine le transfert des lexèmes culinaires entre les cultures sicilienne, italienne et française, ainsi que les formes hybrides de français en milieu francophone.

Stella Mangiapane se penche encore sur la perspective lexicologique et lexicographique, en analysant les migrations ou emprunts lexicaux des termes de la gastronomie italienne dans la langue française. Elle se concentre en particulier sur les noms des fromages italiens et sur leur représentation dans les dictionnaires, qu'ils soient monolingues français ou bilingues français-italien et italien-français. Et ce, dans le but de mettre en lumière comment certains éléments culturels italiens, ainsi

que les mots qui les désignent, ont été intégrés dans la langue française au fil du temps et par des voies et des histoires singulières.

Enfin, Sergio Piscopo propose une étude comparative franco-italienne qui examine la manière par laquelle les marques agroalimentaires Danone, Nestlé et Carte d'Or modifient leurs noms commerciaux et slogans pour mieux répondre aux attentes des consommateurs locaux. Plutôt que de se concentrer sur des traductions littérales, l'auteur s'intéresse aux mécanismes d'adaptation linguistique et culturelle, qui vont au-delà des méthodes traditionnelles de *localisation marketing*. Il cherche à analyser la tension entre l'ancrage culturel local et l'identité globale dans le cadre du néo-localisme, afin d'offrir une nouvelle perspective sur le marketing des marques agroalimentaires. Il illustre en outre les modalités à travers lesquelles ces marques réussissent à combiner universalité et ancrage local pour renforcer l'attachement des consommateurs à des valeurs communes.

La deuxième section recueille les études sur la/les "géogastronomie(s)"⁴, où l'accent est posé sur quelques spécificités régionales, comme dans le cas des dénominations des produits sardes, ou sur une aire géographique de la francophonie, comme le Québec et la Suisse. L'approche restant essentiellement comparative, ces articles permettent de dresser une petite carte géogastronomique reliant la France aux pays francophones et l'Italie à ses régions.

Le travail de Francesca Chessa et Cosimo De Giovanni met en lumière l'importance des noms de produits gastronomiques sardes dans un marché de plus en plus globalisé. En effet, la manière dont ces produits sont dénommés joue un rôle crucial dans leur perception par les consommateurs. Cela reflète non seulement leur authenticité et leur lien avec le terroir, mais aussi leur valeur culturelle. L'adaptation des noms pour répondre aux attentes du marché tout en préservant la tradition est une tâche très délicate à accomplir. Les stratégies telles que l'utilisation de noms polylexicaux ou l'intégration de toponymes et d'éléments dialectaux montrent à quel point la dénomination peut être un outil puissant pour raconter une histoire et renforcer l'identité culturelle. Les auteurs montrent en outre les tensions

⁴ La définition est à nous.

qui peuvent exister entre le respect des traditions et les exigences commerciales modernes, soulignant que les noms de ces produits ne se réduisent pas à de simples étiquettes, mais deviennent de véritables vecteurs de culture et d'identité.

Avec l'article de Sergio Piraro, nous partons pour le Canada pour explorer les publications de Jehane Benoît, une auteure québécoise des années 1950, renommée pour ses livres de cuisine. Le but principal est de relever quelques aspects sociolinguistiques de la cuisine québécoise, ainsi que sa dimension multiculturelle et pluri-sensorielle, mélangeant des goûts et des saveurs divers et dévoilant sa dette envers d'autres traditions gastronomiques, parmi lesquelles l'italienne. L'analyse de l'œuvre phare de Jehane Benoît, *l'Encyclopédie de la cuisine canadienne*, ainsi que des revues gastronomiques auxquelles elle a collaboré, souligne son rôle crucial en tant que médiatrice des traditions culinaires locales et étrangères, en montrant l'importance de la cuisine dans les processus d'intégration socioculturelle et d'affirmation identitaire et en révélant enfin son impact significatif sur la culture et la société canadiennes.

La recherche de Stefana Squatrito nous amène enfin au cœur de l'Europe, plus précisément en Suisse, qui est depuis longtemps l'une des destinations prisées par de nombreux migrants. Parmi eux, les ressortissants italiens constituent la plus grande communauté étrangère permanente de la Confédération. Aujourd'hui, cette communauté est profondément intégrée dans la société et le monde professionnel suisse, au point que l'italianité est perçue comme un patrimoine à préserver, entraînant une italianisation progressive de la cuisine locale. Sur la base de ces présupposés, l'article se penche sur les stratégies de communication publicitaire adoptées par certaines entreprises de Suisse romande, spécialisées dans la création et la vente de produits laitiers d'origine italienne. Ces entreprises, fondées par des Italiens, cherchent à promouvoir leur tradition culinaire au-delà des frontières. L'auteure analyse un corpus varié de messages publicitaires, qu'ils soient unidimensionnels ou multimodaux, dans le but de montrer la fusion entre la tradition italienne et les valeurs suisses et de mettre en lumière comment le langage

publicitaire s'appuie sur des connaissances partagées pour convaincre et inciter à l'achat.

La dernière section se compose de l'article de Sara Manuela Cacioppo, qui propose une réflexion visant à intégrer la psycholinguistique aux études de genre dans l'enseignement du français sur objectifs spécifiques (FOS) en milieu universitaire. Elle se concentre sur l'enseignement explicite du lexique lié au tourisme et à la gastronomie, tout en tenant compte des questions de genre. Son travail explore aussi les migrations lexicales entre la langue seconde (L2) et la langue maternelle (L1) durant l'apprentissage, à partir d'une unité didactique qu'elle a développée et proposée à des étudiants italophones de deuxième année de Licence à l'Université de Palerme.

Quelques mots de la fin

Ce voyage culinaire et linguistique se pose l'objectif principal de faire découvrir que les mots associés à nos plats préférés ne sont pas simplement des étiquettes, mais des témoins vivants de l'histoire humaine. Ils révèlent les voyages des épices, des recettes et des peuples, tissant un récit de partage et d'évolution. Chaque plat, chaque ingrédient, chaque mot porte en lui une partie de notre héritage collectif, une invitation à la découverte et à l'appréciation des diversités qui composent notre monde.

Ainsi, le dialogue entre les mets et les mots n'est pas une exploration – quelque peu réductive, voire banale – du passé, mais une célébration de la capacité des individus à s'influencer mutuellement et à créer ensemble pour structurer un ethos collectif (voire le déstructurer pour le reconstituer), pour participer à la construction d'une communauté sociale ou l'influencer profondément. La gastronomie devient alors un espace où les différences s'harmonisent, où les cultures se rencontrent et où l'identité se redéfinit constamment à travers l'échange et la créativité. C'est une sorte de danse perpétuelle entre le traditionnel et le moderne, l'indigène et l'étranger, composant le tissu coloré d'une humanité unie dans sa diversité.

Bibliographie

- Cavanaugh, Jillian R., Riley, Kathleen C. (2017), *Introduction to Linguistic Anthropology Food Research Methods*, in Janet Chrzan et John Brett (éd.), *Food Culture Anthropology, Linguistics, and Food Studies*, New York, Oxford, Berghahn Books, 2007, pp. 131-142.
- Hache-Bissette, Françoise, Saillard, Denis (2009), *Introduction. Discours gastronomique et identité culturelle française*, in Ead. (éd.), *Gastronomie et identité culturelle française. Discours et représentations (XIX^e-XXI^e siècles)*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2009, pp. 9-35.
- Jurafsky, Dan (2014), *The Language of Food. A Linguist Reads the Menu*, New York, London, W. W. Norton & Company.
- Lallemand, Hélène, Pirot, Nicolas, Dornier, Manuel, Reynes, Max (2000), *La cannelle : historique, production et principales caractéristiques*, « Fruits », vol. 55 (6), pp. 421-432.
- Mauss, Marcel (1952), *Le don*, Paris, PUF.
- Ory, Pascal (1992), *La gastronomie*, in Pierre Nora (éd.), *Les lieux de mémoire*, t. III, vol. 2, Paris, Gallimard, 1992, pp. 823-853.
- Riley, Kathleen C., Paugh, Amy L. (2019), *Food and Language. Discourses and Foodways across Cultures*, New York, London, Routledge.
- Saillard, Denis (2017), « *Pasta e vino* ». *Les cuisines des Italiens en France*, in Stéphane Mourlane et Dominique Païni (eds), *Ciao Italia ! Un siècle d'immigration et de culture italiennes en France*, Paris, Éditions de La Martinière, pp. 159-165.
- Trovato, Loredana (2024), *Identités gastronomiques italo-qubécoises à travers les médias et le lexique. Quelle italianité?*, « Interfrancophonies » (*Parcours francophones*), n. 15, pp. 13-31. IF15_2024_2_TROVATO.pdf (dernier accès le 15 novembre 2024).

Webographie

- Grand Robert de la langue française. Consultation en ligne et en abonnement annuel sur le site: www.lerobert.com (dernier accès le 15 novembre 2024).

Filmographie

- Giovanni Princigalli, *Ho fatto il mio coraggio (J'ai fait mon propre courage)* (2009). « J'ai fait mon propre courage », un film de Giovanni Princigalli | Encyclopédie du MEM (montreal.qc.ca) (dernier accès le 15 novembre 2024).

Note biographique

Loredana Trovato est Professeure des Universités de Langue et Linguistique françaises à l'Université de Messina. Elle est membre du Comité de direction et secrétaire du Do.Ri.F. et coordonne, avec Lorenzo Devilla, le cycle itinérant « Gastronomie durable et terroirs au prisme des langues cultures ». Ses publications portent sur la langue et à la culture française du XX^{ème} siècle avec un intérêt particulier pour le discours touristique et gastronomique et l'argot des soldats de la Première Guerre mondiale.

ltrovato@unime.it

Come citare questo articolo

Trovato, Loredana (2024), *Introduzione*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 3-16.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

« UNE ÉTOILE (VERTE) EST NÉE » : PRATIQUES DURABLES ET STRATÉGIES DISCURSIVES
DES RESTAURANTS DU GUIDE MICHELIN EN FRANCE ET EN ITALIE

Lorenzo Devilla, Nicla Mercurio

Les questions environnementales occupent une place significative dans le débat public et privé depuis plusieurs années. Dans les secteurs de la production, certaines entreprises adoptent ainsi une série de pratiques durables afin de concilier les nouvelles valeurs éthiques et les activités économiques, en communiquant leur RSE (« Responsabilité Sociétale des Entreprises »), qui implique aussi une dimension environnementale. Cela vise également à attirer les consommateurs plus engagés qui, dans le sillage du « néolocalisme », recherchent le local, l'authenticité et la tradition. Le concept de « gastronomie durable » s'insère dans ce contexte.

En s'appuyant sur l'analyse du discours numérique et environnemental, cette étude se propose d'explorer la communication durable dans les sites Web de restaurants français et italiens récompensés par une Étoile verte et par d'autres mentions du Guide Michelin telles que 1 Étoile, Bib Gourmand ou Restaurant sélectionné. Par une approche quali-quantitative et comparative français-italien, nous analyserons en particulier les choix linguistiques et les stratégies discursives pour comprendre où se situent les restaurants gastronomiques entre mondial et local, entre tradition et innovation, des dichotomies déjà existantes dans le domaine culinaire, mais qui ont été accrues par la globalisation.

Mots-clés

Gastronomie durable ; Discours environnemental ; Discours numérique ; Néolocalisme ; Guide Michelin

« A (GREEN) STAR IS BORN » : SUSTAINABLE PRACTICES AND DISCURSIVE STRATEGIES
OF MICHELIN GUIDE RESTAURANTS IN FRANCE AND IN ITALY

Environmental issues have been a significant part of public and private debate for years. In the production sectors, some companies adopt a series of sustainable practices in order to reconcile new ethical values with economic activities, communicating their CSR (« Corporate Social Responsibility ») which also involves an environmental dimension. It also aims to attract involving consumers who, in the wake of Neolocalism, are looking for local, authentic and traditional products. The concept of « sustainable gastronomy » fits into this context.

Based on an analysis of digital and environmental discourse, this study explores sustainable communication on the Websites of French and Italian restaurants awarded with a Green Star and with another Michelin star such as 1 Star, Bib Gourmand or Selected Restaurants. Using a qualitative-quantitative and comparative French-Italian approach, we analyse linguistic choices and discursive strategies in order to understand where gastronomic restaurants stand between global and local, between tradition and innovation, dichotomies already existing in the culinary field but which have been relaunched in the age of globalisation.

Keywords

Sustainable Gastronomy; Environmental Discourse; Digital Discourse; Neolocalism; Michelin Guide

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21127>

« UNE ETOILE (VERTE) EST NEE » :
PRATIQUES DURABLES ET STRATEGIES DISCURSIVES
DES RESTAURANTS DU GUIDE MICHELIN EN FRANCE ET EN ITALIE

Lorenzo Devilla, Nicla Mercurio

*Introduction*¹

Les questions écologiques constituent l'un des défis les plus urgents de notre époque. Le respect de l'environnement, le changement climatique et le souci de durabilité sont ainsi au cœur de la communication « publique et privée, experte ou profane » (Biros 2014) à l'échelle mondiale. Dans les secteurs de production, cet enjeu alimente notamment la tension entre les valeurs éthiques – partagées par une nouvelle génération de consommateur·trice·s plus sensibles et doté·e·s d'une conscience écologique – et les valeurs économiques, qui sont nécessairement poursuivies par tout type d'entreprise (Erhardt *et al.* 2022).

D'après Carroll (1991), les entreprises ont désormais une responsabilité non seulement financière, mais aussi éthique et sociétale (« Corporate Social Responsibility », CSR ou RSE du sigle français) qui comporte une dimension environnementale. Certaines activités adoptent donc des pratiques durables telles que la réduction de l'empreinte carbone ou le recours aux circuits courts, tentant de concilier la productivité et la croissance avec les préoccupations écologiques pour, d'une part, attirer l'attention de la clientèle potentielle, d'autre part, pour la sensibiliser.

La notion de « gastronomie durable », définie par l'Organisation des Nations unies (ONU) comme une « cuisine qui tient compte de la provenance des

¹ Lorenzo Devilla a rédigé les paragraphes *Introduction*, *Démarche méthodologique*, *La scène : des chef·fe·s aux producteur·trice·s* et *Local, global, migrations culinaires*, alors que Nicla Mercurio a rédigé les paragraphes *Gastronomie (g)locale, durable, médiatisée*, *Présentation du corpus*, *Territoire, traditions, langues locales*, *Quelles pratiques durables ?* e *En guise de conclusion*.

Cette contribution s'inscrit dans le cadre du projet de recherche *Plurilinguismo, patrimonio culturale e sviluppo sostenibile* (« Plurilinguisme, patrimoine culturel et développement durable ») dirigé par Lorenzo Devilla (Université de Sassari) et financé par la *Fondazione di Sardegna-Progetti di ricerca di base dipartimentali 2022 e 2023*.

ingrédients, de la façon dont les aliments sont cultivés et dont ils arrivent sur nos marchés et éventuellement dans nos assiettes »², s'inscrit dans ce contexte. En 2016, l'ONU a désigné le 18 juin *Journée de la gastronomie durable* pour en diffuser les principes auprès du grand public, tandis qu'en 2020 le célèbre Guide Michelin a introduit l'Étoile verte, une distinction pour la gastronomie durable.

Puisque les restaurants représentent depuis toujours une « vitrine de la société » (Bailly et Paelinck 1992, 85) et que ces dernières années les grand·e·s chef·fe·s, « médiatisé·e·s » et « starisé·e·s » (Pagès 2017) ont acquis une autorité de plus en plus forte (Dion et de Boissieu 2013), nous avons décidé de nous pencher sur la mise en discours des pratiques durables de restaurants de France et d'Italie, à savoir les deux pays dont les cuisines sont les plus réputées au monde, selon une enquête récente de CNN Travel (Li 2023)³. Dans cette contribution, nous analyserons un corpus constitué de sites Web de restaurants français (n=70) et de restaurants italiens (n=50) récompensés par une Étoile verte et par une autre mention Michelin (1 Étoile, Bib Gourmand, Restaurant sélectionné), afin de comprendre comment ce type d'entreprises gèrent la communication sur l'engagement écologique et de saisir les stratégies discursives qu'elles adoptent pour montrer leur responsabilité éthique. Nous nous appuierons sur l'analyse du discours environnemental (Alexander 2010 ; Biros 2014 ; Higgins et Coffey 2016 ; cfr. Catellani *et al.* 2019) et numérique (Paveau 2013 ; 2017), ce dernier étant caractérisé par sa nature plurisémiotique intégrant une composante visuelle, que nous allons envisager ici dans une perspective multimodale (cfr. Kress et van Leeuwen 2001).

Dans la lignée des travaux ayant abordé la communication du Guide Michelin (Bailly et Paelinck 1992 ; Karpik 2000 ; Parizot 2014 ; 2015 ; Fissi *et al.* 2023) et les discours des chef·fe·s (Hugol-Gential et Michon 2020 ; Naulin 2020 ; Hugol-Gential et Michon 2022 ; Parizot 2022), nous nous interrogerons également sur le positionnement des restaurants gastronomiques, ou considérés comme tels par le

² Parizot (2022, 112) observe que les chef·fe·s de cuisine lui préfèrent le terme «gastronomie responsable».

³ De plus, dès 2010 le repas gastronomique des Français·e·s fait partie du patrimoine immatériel de l'UNESCO.

Guide Michelin, entre mondial et local, tradition et innovation (cfr. Parizot 2022, 118), dans une perspective de développement durable à l'heure de la globalisation.

Gastronomie (g)locale, durable, médiatisée

Restant sur le terrain des contrastes, comme l'observe Swyngedouw (2004), dans un monde globalisé, l'engagement en faveur de la protection de l'environnement répond à une démarche double : la nécessité, d'une part, de se développer au niveau mondial et, d'autre part, de s'ancrer au local, comme dans le « néolocalisme » (*Neolocalism*, Shortridge 1996 ; Flack 1997 ; Lussault 2017), un mouvement datant de la fin des années 1990 et promouvant entre autres l'exigence d'adopter une approche durable.

Issu de la volonté de réagir au consumérisme et à la disparition de valeurs traditionnelles telles que le lien avec la communauté et la famille, le néolocalisme s'oppose à la *McDonaldisation* des sociétés. À travers cette expression évoquant la célèbre chaîne de restauration rapide, Ritzer (1983) souligne la standardisation extrême de la production, dominée par des multinationales présentes à l'échelle mondiale qui produisent des lieux d'achat identiques et aboutissent à l'aplanissement culturel. Un système économiquement efficace, mais qui compromet la qualité et l'unicité des produits, avec des effets négatifs sur l'environnement. Dans une multitude de secteurs, la tendance néolocale conduit les individus à rechercher des biens, des services et des expériences authentiques et typiques exprimant la relation étroite avec un lieu donné (Cipollaro *et al.* 2021).

La gastronomie, indissociable de la culture et du territoire d'origine, fait l'objet de cette quête du local. La cuisine "régionale", "traditionnelle" et "du marché", pour mentionner des catégories qui, comme nous allons le voir, sont très utilisées par le Guide Michelin pour classer les restaurants de notre corpus, est devenue de plus en plus appréciée (cfr. Assiouras *et al.* 2015), conjuguant parfois l'emploi d'ingrédients locaux et saisonniers à d'autres démarches écologiques. Cela ne peut pas se faire sans la qualité : il s'agit souvent de restaurants de luxe ou de haute cuisine qui

peuvent se permettre de se démarquer par cette philosophie, ce qui favorise une convergence entre l'engagement environnemental et la cuisine d'élite.

L'Étoile verte du Guide Michelin vise à représenter dans ce cadre la "gastronomie durable". Lancée en France en 2020 et dépassant toute autre distinction, la nouvelle étoile récompense les restaurants qui se distinguent par des initiatives écoresponsables comme « l'attention portée à l'origine des produits », « le respect de la saisonnalité », « la gestion des déchets ou des ressources du restaurant », « la capacité des équipes du restaurant à sensibiliser leurs clients à la démarche durable de l'établissement », « l'autonomie énergétique » et « la contribution à l'économie locale » (Guide Michelin 2022). Malgré la remise en cause de l'avis du Guide Michelin (Lehuédé 2009) en raison aussi d'une évaluation accordée à toutes les usager·ère·s du Web (Beauvisage *et al.* 2014)⁴, les guides et les critiques demeurent des « cahier des charges implicites qui s'imposent aux restaurateurs » (Hugol-Gential et Michon 2020, 36) et pourraient donc les encourager à agir pour le développement durable. L'adoption de pratiques durables par les restaurants est susceptible à son tour d'influencer la clientèle et le public en général, le culinaire étant « omniprésent » (Cadeddu *et al.* 2019) et adapté depuis longtemps aux médias numériques, des émissions télévisées aux réseaux sociaux (cfr. Boutaud et Madelon 2010). Ainsi, « le realtà locali entrano in gioco nel globale e ne escono necessariamente modificate »⁵, comme l'affirme Giumelli (2004, 17) dans sa réflexion sur le "glocalisme" (cfr. Robertson 1994), un phénomène qui se nourrit à la fois du local et du global.

Présentation du corpus

Comme dit auparavant, nous nous pencherons sur la médiatisation de la gastronomie sur le Web (Boutaud et Madelon 2010 ; cfr. Parizot 2022). Selon

⁴ Contrairement au passé, où le système Michelin était considéré comme le plus fiable, « dénué de biais publicitaire » (Bailly et Paelinck 1992, 85-86).

⁵ « Les réalités locales entrent en jeu dans le global qui les modifie inévitablement » (nous traduisons).

Hugol-Gential et Michon (2022, 33), les sites Web sont des « vitrines » qui « donnent à voir les intitulés des plats et de courtes narrations sur la façon dont ils [les chefs] pensent cette dimension [éthique] de leur métier ». Ils constituent ainsi une ressource précieuse d'informations. D'ailleurs, si le secteur de la restauration est l'un des plus influents sur le Web (Miranda *et al.* 2015), la fiabilité et l'image positive d'une entreprise sont soumises également à son interaction numérique avec la clientèle, comme Fissi *et al.* (2023, 19) le font remarquer, surtout dans le cas des restaurants de luxe.

Pour ces raisons, nous avons décidé d'analyser un corpus constitué de sites Web, collecté entre mai et juillet 2024, à partir de la section "Restaurants" du site officiel du Guide Michelin, qui permet de lancer une recherche en sélectionnant des filtres tels que la "cuisine", la "distinction" (3 Étoiles-Une cuisine unique, 2 Étoiles-Une cuisine d'exception, 1 Étoile-Une cuisine de grande finesse, Bib Gourmand-Nos meilleurs rapports qualité-prix, Restaurants sélectionnés-Une cuisine de qualité) et l'"Étoile verte". Il est, en outre, possible de saisir le pays d'intérêt dans la barre d'adresse. Nous avons pris en compte les restaurants situés en France et en Italie, récompensés par une Étoile verte et primés également par une autre distinction (1 Étoile, Bib Gourmand, Restaurant sélectionné). À la différence d'autres recherches (Fissi *et al.* 2023 ; Hugol-Gential et Michon 2022), nous n'avons pas envisagé les restaurants avec deux ou trois étoiles parce que, outre le fait qu'ils sont peu nombreux et donc moins représentatifs que les autres établissements, ils s'adressent à une clientèle particulièrement restreinte : étant donné que notre étude se propose aussi de réfléchir à l'impact des pratiques durables des restaurants sur les client·e·s, nous avons exclu les structures trop haut de gamme, bien que nous soyons conscient·e·s que la plupart des restaurants récompensés par Michelin, à l'exception des Bib Gourmand, ne sont pas à la portée de tout public.

Actuellement, les restaurants qui ont gagné l'Étoile verte sont 540, dont 92 en France et 58 en Italie. Nous avons retenu 70 restaurants français (n=51 1 Étoile, n=2 Bib Gourmand, n=17 Restaurants sélectionnés) et 50 restaurants italiens (n=30

1 Étoile, n=8 Bib Gourmand, n=13 Restaurants sélectionnés)⁶. Les restaurants avec d'autres détails, tels que la localité et la typologie de cuisine indiquée par le Guide Michelin, figurent dans les tableaux 1 et 2, dans l'ordre où les entreprises apparaissent sur le site Michelin. Nous fournissons également des sigles alphanumériques entre crochets qui seront utilisés pour faire référence aux restaurants dans la suite de l'analyse.

À partir des fiches descriptives des restaurants fournies par le Guide Michelin, nous avons analysé le site Web de chaque structure, en nous penchant notamment sur les rubriques consacrées à la cuisine et à son équipe, aux ingrédients et à la mission, éventuellement durable, ainsi qu'aux cartes proposées. Dans les cas de restaurants disposant d'un hôtel ou faisant partie des grands groupes, comme Les Jardins Sauvages du Groupe Rocher (Yves Rocher), nous n'avons pas intégré ces aspects, nous bornant à l'analyse de la gastronomie.

Nous avons d'abord procédé à la collecte des données à examiner, en constituant un sous-corpus en français (41.355 *words*, 47.399 *tokens*) et un sous-corpus en italien (42.965 *words*, 48.686 *tokens*), qui ont été téléchargés dans le logiciel Sketch Engine⁷. Les résultats de l'extraction terminologique, que nous allons illustrer dans le paragraphe suivant, comprennent les mots les plus fréquents et les termes représentatifs du corpus qui seront le point de départ de l'analyse linguistique et discursive de la communication environnementale de ces entreprises.

Nous avons ensuite examiné les noms des restaurants et, lorsqu'ils les diffusent en ligne, les menus pour y déceler d'autres éléments en lien avec la durabilité.

⁶ Il faut préciser que nous avons dû exclure un restaurant étoilé italien dont le site Web était inaccessible.

⁷ Voir <https://www.sketchengine.eu>.

France-1 Étoile					
Restaurant	Localité	Cuisine	Restaurant	Localité	Cuisine
[1FrÉ] Les Chemins - Domaine de Primard	Guainville	Moderne	[27FrÉ] La Table du Gourmet	Riquewihhr	Créative, Moderne
[2FrÉ] Auberge du Vert Mont	Boeschepe	Créative, Moderne	[28FrÉ] Toya	Faulquemont	Créative
[3FrÉ] Choko Ona	Espelette	Créative, Moderne	[29FrÉ] L'Étang du Moulin	Bonnétage	Moderne
[4FrÉ] Anona	Paris	Moderne	[30FrÉ] Le Prince Noir - Vivien Durand	Lormont	Moderne
[5FrÉ] Le Manoir de la Régate	Nantes	Créative, Moderne	[31FrÉ] Les Belles Perdrix de Troplong Mondot	Saint-Émilion	Moderne
[6FrÉ] Frédéric Molina au Moulin de Léré	Vailly	Moderne	[32FrÉ] Assa	Blois	Créative
[7FrÉ] La Table de La Butte	Plouider	Moderne	[33FrÉ] L'Or Q'idée	Pontoise	Moderne
[8FrÉ] Aux Terrasses	Tournus	Moderne	[34FrÉ] Au Vieux Couvent	Rhinau	Moderne
[9FrÉ] Ar Men Du	Névez	Moderne	[35FrÉ] La Table d'Hôtes - La Rôtisserie du Chambertin	Gevrey-Chambertin	Moderne
[105FrÉ] La Bastide de Moustiers	Moustiers-Sainte-Marie	Provençale	[36FrÉ] L'Oustalet	Gigondas	Moderne
[11FrÉ] Thierry Schwartz - Le Restaurant	Obernai	Créative	[37FrÉ] Prairial	Lyon	Créative
[12FrÉ] Maison Caillet	Valmont	Créative	[38FrÉ] Fontevraud L'Ermitage	Fontevraud-l'Abbaye	Créative
[13FrÉ] Holen	Rennes	Du marché	[39FrÉ] Le Clair de la	Grignan	Moderne

			Plume		
[14FrÉ] Reflet d'Obione	Montpellier	Moderne, Méditerranéenne	[40FrÉ] La Chassagnette	Le Sambuc	Créative
[15FrÉ] Aponem - Auberge du Presbytère	Vailhan	Moderne	[41FrÉ] Atmosphères	Le Bourget-du-Lac	Créative
[16FrÉ] La Galinette	Perpignan	Créative	[42FrÉ] Têtedoie	Lyon	Créative
[17FrÉ] L'Ostal	Clermont-Ferrand	Créative, Moderne	[43FrÉ] Le Goût du Bonheur - La Fenière	Cadenet	Créative, Du marché
[18FrÉ] La Mirande	Avignon	Moderne	[44FrÉ] Maison Tiegezh	Guer	Moderne
[19FrÉ] Ursus	Tignes	Créative	[45FrÉ] La Coopérative - Domaine Riberach	Bélestae	Créative
[20FrÉ] Alchémille	Kaysersberg	Créative	[46FrÉ] de:ja	Strasbourg	Créative
[21FrÉ] Le Jardin de Berne	Flayosc	Moderne	[47FrÉ] Le Saint Hilaire	Saint-Hilaire-de-Brethmas	Moderne
[22FrÉ] G.a. au Manoir de Rétival	Caudebec-en-Caux	Créative, Moderne	[48FrÉ] En pleine nature	Quint-Fonsegrives	Créative, Moderne
[23FrÉ] Villa Pinewood	Payrin-Augmontel	Créative	[49FrÉ] Septime	Paris	Moderne
[24FrÉ] Lait Thym Sel	Angers	Créative	[50FrÉ] Le George	Paris	Italienne
[25FrÉ] Bellefeuille - Saint James Paris	Paris	Créative	[51FrÉ] Auberge Frankenburg	La Vancelle	Moderne
[26FrÉ] Ima	Rennes	Créative			
France-Bib Gourmand					
Restaurant	Localité	Cuisine	Restaurant	Localité	Cuisine
[1FrB] Art'zain	Irissarry	Du marché	[2FrB] La Cour de Rémi	Bermicourt	Traditionnelle
France-Restaurants sélectionnés					
Restaurant	Localité	Cuisine	Restaurant	Localité	Cuisine
[1FrS] Domaine de	Auch	Moderne	[10FrS] Caves Madeleine	Beaune	Moderne

Baulieu					
[2FrS] Le Garde Champêtre	Gyé-sur- Seine	Moderne	[11FrS] Le Saltimbanque	Eaucourt- sur-Somme	Moderne
[3FrS] L'Art de Vivre	Narbonne	Moderne	[12FrS] Ruche	Gambais	Créative
[4FrS] Scratch Restaurant	Bourg-en- Bresse	Moderne	[13FrS] Domaine du Châtelard	Dirac	Moderne
[5FrS] Empreinte	Vannes	Du marché	[14FrS] René' Sens	La Cadière- d'Azur	Traditionnell e
[6FrS] Sandikala	Galan	Moderne, Actuelle	[15FrS] Les Jardiniers	Ligré	Créative
[7FrS] Le Doyenné	Saint-Vrain	Moderne	[16FrS] La Bòria	Veyras	Moderne
[8FrS] Jardin Secret	Cotignac	Provençale	[17FrS] Les Jardins Sauvag es	La Gacilly	Moderne
[9FrS] Auberge Sauvage	Servon	Créative			

Tab. 1. Les restaurants du sous-corpus français.

Italie-1 Étoile					
Restauran t	Localité	Cuisine	Restauran t	Localité	Cuisine
[1ItÉ] Dalla Gioconda	Gabicce Monte	Del territorio, Creativa	[16ItÉ] Marco Bottega Ristorante	Genazzano	Creativa
[2ItÉ] D.One Restaurant	Montepagan o	Moderna, Del territorio	[17ItÉ] Venissa	Mazzorbo	Del territorio, Contemporane a
[3ItÉ] Horto	Milano	Moderna, Biologica	[18ItÉ] Casamatta	Manduria	Moderna, Creativa
[4ItÉ] Fradis Minoris	Pula	Sarda, Moderna	[19ItÉ] Oasis - Sapori Antichi	Vallesaccard a	Campana, Contemporane a
[5ItÉ] Lanterna Verde	Villa di Chiavenna	Moderna, Del territorio	[20ItÉ] Vespasia	Norcia	Umbra, Creativa
[6ItÉ] Signum	Malfa	Siciliana, Contemporane a	[21ItÉ] 1908	Soprabolzan o	Creativa, Contemporane a
[7ItÉ] Le Trabe	Paestum	Campana, Contemporane a	[22ItÉ] Gardenia	Caluso	Piemontese, Moderna
[8ItÉ] Il	Pennabilli	Del territorio,	[23ItÉ] La	Mantello	Creativa

Piastrino		Creativa	Preséf		
[9ItÉ] La Tana Gourmet	Asiago	Creativa, Contemporanea	[24ItÉ] La Bandiera	Civitella Casanova	Abruzzese, Contemporanea
[10ItÉ] Il Cantinone e Sport Hotel Alpina	Madesimo	Contemporanea	[25ItÉ] SanBrite	Cortina d'Ampezzo	Alpina, Moderna
[11ItÉ] Joia	Milano	Vegetariana, Di stagione	[26ItÉ] Dattilo	Strongoli	Del territorio, Creativa
[12ItÉ] I Tenerumi	Isola Vulcano	Vegetariana, Creativa	[27ItÉ] Hyle	San Giovanni in Fiore	Calabrese, Moderna
[13ItÉ] Vignamare	Andora	Moderna, Di mercato	[28ItÉ] Contrada Bricconi	Oltressenda Alta	Del territorio, Moderna
[14ItÉ] Osteria del Viandante	Rubiera	Emiliana, Moderna	[29ItÉ] Il Poggio Rosso	Castelnuovo Berardenga	Creativa
[15ItÉ] Saporium Firenze	Firenze	Creativa			
Italie-Bib Gourmand					
Restaurant	Localité	Cuisine	Restaurant	Localité	Cuisine
[1ItB] La Cerreta Osteria	Sassetta	Toscana, Tradizionale	[5ItB] Ahimè	Bologna	Del territorio
[2ItB] Osteria Borsò Gambrinus	San Polo di Piave	Veneta, Di stagione	[6ItB] Lokanda Devetak	Savogna d'Isonzo	Regionale, Tradizionale
[3ItB] Antica Locanda al Cervo - Landgasthof zum Hirschen	San Genesio Atesino	Regionale, Tradizionale	[7ItB] Caffè La Crepa	Isola Dovarese	Lombarda
[4ItB] Lerchner's In Runggen	San Lorenzo di Sebato	Sudtirolese, Di stagione	[8ItB] Agritur El Mas	Moena	Regionale, Alpina
Italie-Restaurants sélectionnés					
Restaurant	Localité	Cuisine	Restaurant	Localité	Cuisine
[1ItS] El Brite di Larieto	Cortina d'Ampezzo	Alpina, Tradizionale	[8ItS] Saporium	Chiusdino	Toscana, Italiana contemporanea

[2ItS] Mater Terrae	Roma	Vegetariana, Contemporane a	[9ItS] Vite	Coriano	Moderna, Contemporane a
[3ItS] Coltivare	La Morra	Piemontese, Tradizionale	[10ItS] Il Colmetto	Rodengo Saiano	Di stagione, Di mercato
[4ItS] Grow Restaurant	Albate	Creativa, Di mercato	[11ItS] [àbitat]	San Fermo della Battaglia	Innovativa
[5ItS] PS Ristorante	Cerreto Guidi	Contemporane a, Di stagione	[12ItS] Villa Pignano	Volterra	Contemporane a, Toscana
[6ItS] Casa Format	Orbassano	Moderna, Del territorio	[13ItS] Il Mirto	Forio	Vegetariana, Moderna
[7ItS] l' Ciocio - Osteria di Suvereto	Suvereto	Moderna, Toscana			

Tab. 2. Les restaurants du sous-corpus italien.

Démarche méthodologique

À travers Sketch Engine, nous avons d’abord extrait les listes des “Multi-word Terms”, c’est-à-dire les termes complexes caractérisant le corpus, que nous avons préférés aux termes simples afin de mieux cerner le contexte discursif. Les données ainsi obtenues sont pertinentes et nous permettent d’observer de nombreuses analogies entre les sous-corpus français et italien.

Par exemple, si l’on considère les 50 premiers termes, nous pouvons identifier des noyaux thématiques majeurs étroitement liés les uns aux autres :

- le “terroir” > (FR) *producteur local, artisan local, respect de la terre, terroir local, nature environnante* ; (IT) *dalla terra al piatto* [« de la terre à l’assiette »], *piccolo produttore* [« petit producteur »] ;

- la “saisonnalité” > (FR) *gré des saisons, rythme des saisons, rythme de la nature, fils de saisons, produit de saison* ; (IT) *ritmo delle stagioni* [« rythme des saisons »], *ritmo della natura* [« rythme de la nature »] ;

- l'“authenticité” > (FR) *menu unique, produit d'exception, cueillette sauvage, cueillette du potager* ; (IT) *erba selvatica* [« herbe sauvage »], *prodotto fresco proveniente* [« produit frais de »], *materia prima* [« matière première »], *migliore ingrediente* [« meilleur ingrédient »] ;

- la “durabilité” > (FR) *gastronomie durable, gastronomie éco-responsable, approche durable, cuisine de conscience, circuit court* ; (IT) *agricoltura rigenerativa* [« agriculture régénérative »], *fattoria biologica* [« ferme biologique »], *rispetto per l'ambiente* [« respect de l'environnement »], *principe di biodiversità* [« principe de la biodiversité »] ;

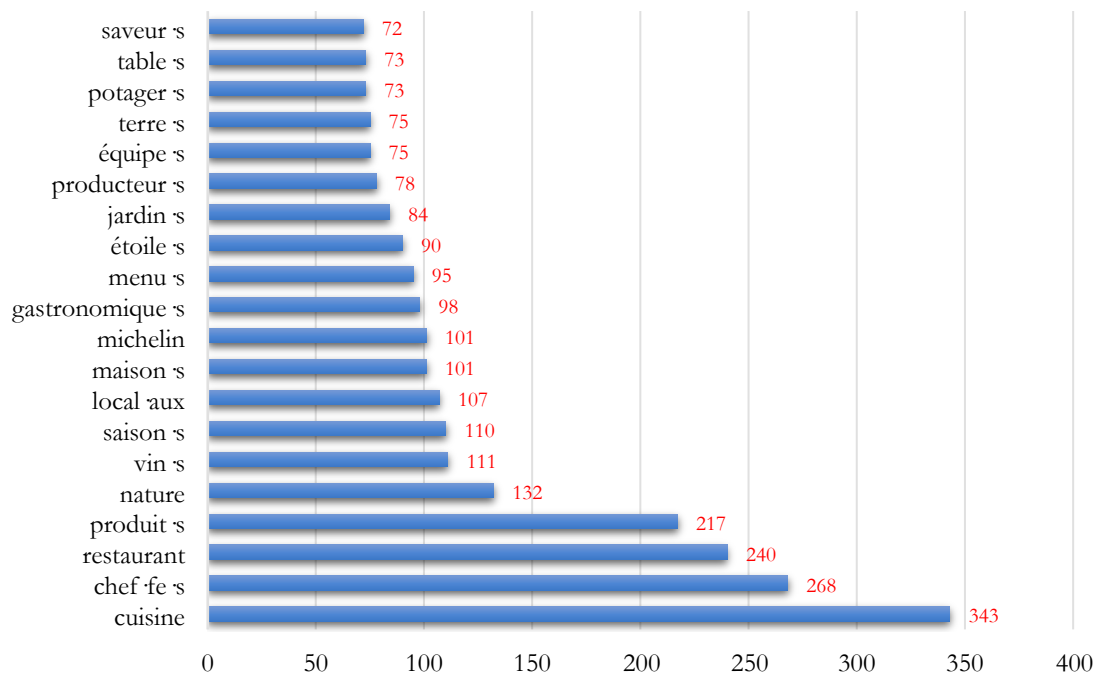
- l'“expérience” > (FR) *expérience gastronomique, aventure culinaire* ; (IT) *esperienza sensoriale* [« expérience sensorielle »], *esperienza culinaria* [« expérience culinaire »].

Ces termes et expressions s'articulent donc autour du territoire et de la nature, qui sont à la base des valeurs environnementales partagées et nécessaires à la réalisation d'une cuisine unique, en contraste avec toute forme de *McDonaldization*. Néanmoins, d'après Boutaud (2019, 64), le concept d'“expérience”, qui « consiste en la théâtralisation du service ou du produit » fait « éclore et prospérer les formes de disneylisation des parcs d'attractions » du point de vue des ventes et du tourisme⁸.

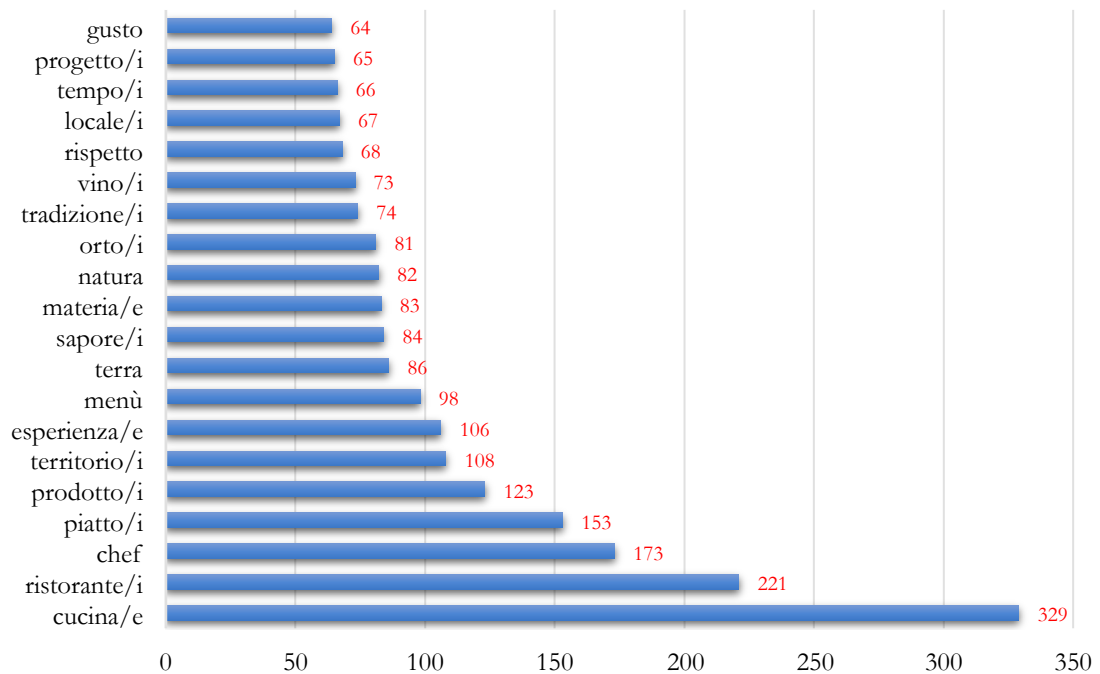
Les mots les plus récurrents (tabb. 3 et 4) appartiennent évidemment aux champs sémantiques concernant les topoï identifiés : des unités telles que *produit* (n=217), *nature* (n=132), *saison* (n=110)⁹, ou *prodotto* (n=123) et *territorio* (n=108) évoquent l'orientation locale et l'engagement environnemental des restaurants examinés. D'ailleurs, les trois premiers mots dans les deux langues sont les mêmes : *cuisine* (n=343) et *cucina* (n=329), *chef* (n=268 en français, n=173 en italien), *restaurant* (n=240) et *ristorante* (n=221), ce qui met en évidence le statut des chef·fe· en tant qu'« autorité charismatique » du restaurant (Dion et de Boissieu 2013), aspect celui-ci que nous allons approfondir dans le sous-paragraphe suivant.

⁸ À ce propos, Boutaud (2019, 64) mentionne également le “marketing expérientiel”, qui « tend à proposer aux consommateurs des immersions dans des expériences extraordinaires plutôt que des achats de simples produits ou services » (cfr. Carù et Cova 2006).

⁹ La fréquence du mot *saison* est observée aussi par Hugol-Gential et Michon (2022, 38).



Tab. 3. Nombre d'occurrences des 20 mots français les plus fréquents.



Tab. 4. Nombre d'occurrences des 20 mots italiens les plus fréquents.

*Analyse des données**La scène : des chef·fe·s aux producteur·trice·s*

Le·a chef·fe de cuisine “est” le restaurant. C’est pour cela que les sites Web ont tendance à mettre en évidence son parcours de formation et sa philosophie culinaire dans des rubriques telles que “Le chef Laurent CERCHI : un parcours d’excellence” [14FrÉ], “Expériences et consécérations” [47FrÉ], “Notre chef : Maxime Deschamps” [1FrS], “Lo chef” [2ItÉ] ou d’autres sections portant son nom. En effet, le discours des restaurants recoupe souvent celui du·de la chef·fe, abordé entre autres dans les travaux de Pagès (2017) et de Parizot (2022). Cela explique l’alternance de pronoms et d’adjectifs possessifs à la première personne du pluriel (le restaurant, l’équipe au complet) et du singulier (le·a chef·fe), comme dans cet exemple : « notre restaurant réunit des plats et des saveurs traditionnelles de mon enfance » [14FrS]. La clientèle potentielle, à laquelle on s’adresse, toujours de manière assez explicite, est représentée par le pronom de deuxième personne du pluriel « vous », à l’instar de ce que l’on observe dans les guides touristiques français (cfr. Devilla 2013) : « questo percorso è il nostro modo per condividere con voi la nostra Storia » [25ItÉ]¹⁰.

Pagès (2017), Hugol-Gential et Michon (2022, 32) décrivent le·a cuisinier·ère comme une figure médiatisée, notamment à la suite du succès des émissions culinaires qui ont fait connaître au grand public les chef·fe·s de haute cuisine¹¹, dont l’expertise rencontre la dimension durable par la manifestation des « préoccupations » et de la « conscience écologique » de notre époque. Dans notre corpus, on peut par exemple lire : « on fait du far qui est en accord avec notre vie d’aujourd’hui, plus équilibré, plus raisonné, plus sain... », ce qui représente « aussi l’occasion d’expliquer et de partager avec nos clients le sens que nous donnons à nos métiers » [7FrÉ], « il [le chef] développe alors le plaisir de travailler avec des

¹⁰ « Ce parcours est notre manière de partager notre histoire avec vous » (nous traduisons).

¹¹ Sans oublier les réseaux sociaux, qui ont donné de la visibilité à un vaste éventail d’acteur·trice·s de la restauration.

produits locaux et biologiques [...] réduisant aussi notre empreinte carbone » [3FrS], « le cuisinier se doit d'être conscient et acteur dans la réduction de son empreinte écologique » [28FrÉ] ou encore « la cheffe [...] vous ouvre sa cuisine de philosophie Locavore, Écoresponsable, Antigaspillage où elle travaille exclusivement en circuit court » [12FrS].

De plus, les compétences des chef·fe·s ne sont plus exclusivement techniques, mais elles impliquent aussi la connaissance de produits locaux et de qualité, qui font l'objet de recherches soignées et sont manipulés avec respect. Le principe « de la terre à l'assiette » est véhiculé également par la composante visuelle, la plupart des sites Web étant très riches en images qui participent à l'expression de l'identité du restaurant et à l'engagement durable. On trouve non seulement des photos du territoire, des plats préparés et des ingrédients en premier plan dans la cuisine, mais aussi des chef·fe·s dans le potager ou dans le jardin du restaurant en train de cueillir des légumes et des herbes. Ces images visent à transmettre à la clientèle potentielle le « contact direct » (Amilien 2005) entre la personne qui cuisine et incarne l'entreprise et les ingrédients utilisés, afin de garantir la bonne qualité et l'authenticité des plats proposés.

L'importance accordée au jardin et au potager est telle que certains restaurants se désignent eux-mêmes comme des restaurants potagers, en fournissant une description détaillée dans des sections du site : « le potager est le cœur de notre restaurant » [7FrS], « la main du jardinier passe à celle du cuisinier » [40FrÉ], « l'orto di 2000 mq, a pochi passi dalla cucina, è dove si nascondono i segreti di tutti i nostri piatti » [6ItS]¹². Outre le *potager*, on évoque aussi la *ferme*, présente notamment dans le sous-corpus italien (*allevamento di capre* [« élevage de chèvres »] et *fattoria biologica* [« ferme biologique »] sont parmi les termes les plus représentatifs extraits par Sketch Engine). Cela permet également de mentionner les animaux – les vaches pour les produits laitiers et les poulets pour les œufs – comme des garanties d'authenticité et de qualité.

¹² « Le potager de 2000 m², à quelques pas de la cuisine, est le lieu où se cachent les secrets de nos plats » (nous traduisons).

Une multitude d'autres acteur·trice·s contribuent à la narration de l'expérience gastronomique : sommelier·ère·s, chef·fe·s pâtissier·ère·s, jardinier·ère·s et, comme les termes analysés plus haut le montrent, les producteur·trice·s locaux·ales. En effet, le savoir du·de la chef·fe·s ne concerne pas seulement les produits, mais aussi les producteur·trice·s et les fournisseur·euse·s. Selon Hugol-Gential et Michon (2022, 35), qui ont exploré leur rôle dans le discours des restaurants étoilés français, la présence constante des producteur·trice·s et des fournisseur·euse·s représente une « réponse éthique » à celle que Fischler (1979) nomme « gastro-anomie » : « l'évocation des petits producteurs [...] renvoie à tout un univers de la campagne fantasmée, d'un monde intemporel et transparent, car dénué des mécanismes d'industrialisation moderne » (Hugol-Gential et Michon 2022, 36). Il est donc difficile de ne pas voir dans ces références fréquentes aux producteur·trice·s locaux·ales, énuméré·e·s dans des listes de contacts ou nommé·e·s dans les menus, les traces du néolocalisme. Les noms des producteur·trice·s, dont les chef·fe·s se font « ambassadeurs » (Parizot 2022, 112), personnifient une fois de plus la qualité de la nourriture (Hugol-Gential et Michon 2022, 36), qui devient parfois « proximité affective » lorsqu'ils sont précédés du mot « ami », nos observations rejoignant sur cet aspect ce qui a été mis en évidence par Hugol-Gential et Michon (*ibidem*).

Territoire, tradition, langues locales

Le territoire est évoqué de manière explicite à plusieurs occasions, souvent à travers les ingrédients et les produits qui sont *frais*, *de saison* et *locaux*, situés donc dans le temps (les saisons) et l'espace : leur origine est indiquée non seulement dans les textes des sites, mais aussi dans les cartes (intitulés et/ou descriptions des plats).

La tradition, qui est *locale* et *de famille*, s'accompagne du territoire, comme le suggère cet énoncé : « des plats traditionnels reflétant les secrets de notre terroir » [35FrÉ]. La présence de dénominations géographiques marquant l'origine de la cuisine va dans cette direction : « notre équipe vous propose une cuisine traditionnelle française » [33FrÉ] ou « méditerranéenne » [50FrÉ], « Giorgio Servetto ha da sempre avuto l'obiettivo di valorizzare la tradizione gastronomica

ligure facendosi appassionato interprete della Liguria più autentica e terragna » [13ItÉ], « siamo i custodi della tradizione carsica » [5ItB], « la tradizione della Valchiavenna » [10ItÉ], « i piatti della tradizione Toscana » [15ItÉ], « una cucina di tradizione sabauda e piemontese » [22ItÉ]¹³.

La composante visuelle renforce une fois de plus la composante verbale : les couleurs utilisées dans la plupart des sites Web du corpus reflètent le territoire dans lequel les restaurants se trouvent. Le vert est évidemment dominant, notamment en tant que couleur du mouvement environnemental qui en a fait une « grande utilisation médiatique » (Biros 2014, 46, 55), mais on le retrouve aussi associé à d'autres couleurs, telles que le marron et le beige, qui renvoient à la nature et au milieu campagnard. En revanche, les restaurants situés dans des zones maritimes et lacustres privilégient la palette du bleu.

L'authenticité qui ressort de cet imaginaire revient dans les noms de certains restaurants, des appellations commerciales qui, comme le souligne Druetta (2008), constituent des « marqueurs identitaires ». Concernant les restaurants français, nous avons relevé des occurrences significatives de mots tels que “auberge”, “domaine” et “table”, alors qu'en italien nous avons saisi en particulier “osteria” et “locanda”, qui suggèrent le contact avec la nature et un milieu “sauvage”, ainsi que la tradition et le passé qui se mêlent à la cuisine gourmande. À cet égard on peut parler d'un « cadre restreint, rural et fermier » qui, d'après Amilien (2005), peut représenter une autre forme de respect de l'environnement. Mater Terrae, Coltivare, Il Mirto, Horto et La Tana Gourmet montrent ce lien. Les restaurants français expliquent parfois leurs noms à la clientèle potentielle dans le but de valoriser le territoire, comme dans les cas d'Anona, « inspiré du fruit l'annone, dont de très nombreuses espèces présentent un intérêt gastronomique, médical et pharmaceutique. Une manière de célébrer la nature et d'inviter les clients à la découverte de produits et de saveurs méconnus » [4FrÉ] et d'Ursus, qui « désigne en latin la dernière race d'ours brun en

¹³ « Giorgio Servetto a toujours eu pour objectif de valoriser la tradition gastronomique de la Ligurie, en se posant en interprète passionné de la Ligurie la plus authentique et la plus terricole » ; « nous sommes les gardiens de la tradition du Karst » ; « la tradition de la Valchiavenna » ; « les plats traditionnels toscans » ; « une cuisine de tradition savoyarde et piémontaise » (nous traduisons).

Savoie, les Ursus Arctos » [19FrÉ]. Le restaurant Toya doit son nom au lac japonais homonyme en raison des ressemblances entre les deux régions, alors que L'Ostal-cuisine volcanique fait référence au territoire.

À souligner également le recours aux dialectes, aux langues régionales ou locales mobilisées dans certains noms. Cela donne une touche d'exotisme et d'authenticité (Devilla 2022). Leur emploi constitue à la fois une stratégie de valorisation du territoire et de son patrimoine linguistique et une stratégie de marketing visant à séduire le public autochtone et non autochtone. Dans notre corpus, ce sont surtout les restaurants français qui les utilisent, en fournissant une explication du nom en langue locale : « Tchaou prendre son tem (il faut prendre son temps) », « Bòria : la petite ferme en patois » ou « L'Ardecho ! L'Ardecho ! Merveillous país. S'as pas vis l'Ardecho, n'as jamaï rein vis » [16FrS], « [Art'zain] ART de la table, ART de recevoir... - ZAIN, qui veut dire gardien en basque » [1FrB], « nous vous accueillons à Choko Ona, "Le bon coin" en langue basque » [3FrÉ]. Quant à l'Italie, pour les régions bilingues comme le Trentin-Haut-Adige, nous relevons la présence de l'allemand dans les noms des restaurants et dans les cartes, comme Antica Locanda al Cervo - Landgasthof zum Hirschen et Lerchner's In Runggen. Caffè La Crepa partage aussi la poésie *A vendümià*, mais sans traduction. Agritur El Mas recourt au terme en dialecte du Trentin *màs* du mot "maso" désignant une propriété typique de la région.

Toutefois, ces langues ne sont presque jamais utilisées dans les textes des sites Web, à l'exception des noms des restaurants ou parfois des noms des plats ou de certaines expressions des menus.

Local, global, migrations culinaires

Les menus incarnent la vision d'un restaurant, une exposition ultérieure des "promesses" à la clientèle. Pas tous les restaurants affichent leurs cartes, et notre corpus ne fait pas exception, surtout parce qu'il s'agit souvent des menus du jour ou des parcours de dégustation qui peuvent changer en fonction de la fraîcheur des ingrédients disponibles :

Les recettes à la carte sont élaborées à partir de produits dont les caractéristiques se développent (avec excellence) dans le climat, le paysage et les eaux bretonnes. Les matières premières sont issues de la production locale, en permaculture, en bio-dynamie, ou par des producteurs français inscrits dans une démarche éco-responsable. Notre carte est éditée tous les jours en fonction de la saisonnalité. [13FrÉ]

Per dare maggior gusto ai nostri piatti, ridurre lo spreco di cibo, di energia elettrica e l'utilizzo della plastica, acquisteremo i prodotti per i quali la freschezza e la fragranza fanno la differenza. Lo faremo all'ultimo momento utile e soltanto nelle quantità necessarie. Per questo abbiamo bisogno che le prenotazioni e le scelte dei menù avvengano almeno 24 ore prima dell'arrivo al ristorante. [20ItÉ]¹⁴

Cependant, les menus disponibles nous permettent de confirmer ce que nous avons déjà remarqué, à savoir le fait que les restaurants des deux pays soulignent l'origine des ingrédients, qu'ils produisent parfois eux-mêmes¹⁵: « algues *de Normandie* », « homard bleu *de nos côtes* », « salumi artisanaux della valle » [« charcuteries artisanales de la vallée »], « l'agneau *des paluds de Trévignon* », « poulet *du Domaine Prieuré Roch* », « filetto di vitello dell'Appennino centrale » [« filet de veau des Apennins centraux »], « riso riserva San Massimo » [« riz de réserve San Massimo »], « betterave *de nos maraîchers* », « fromages *de nos amis producteurs* », « ormeaux bretons *de Sylvain* [...] pigeon *de Fabrice* », « rouelles d'anguille *du Rhin pêché par Thierry Jung* », « formaggi *del nostro casaro Peter* » [« fromages de notre fromager Peter »], « légumes crus *du jardin* », « maialino da latte *delle nostre baite* » [« cochon de lait de nos cabanes »], « verdure *dell' "orto"* » [« légumes de l'horto »]. Comme nous l'avons déjà dit, les producteur·trice·s et les fournisseur·euse·s sont souvent mentionné·e·s, à l'instar de l'équipe et du·de la chef·fe. Le caractère solennel émanant de son autorité marque l'expérience gastronomique et se manifeste par le registre formel et le langage technique utilisés dans les sites Web et dans les menus, mais on relève aussi quelques exemples de jeux de mots ou de proverbes dans les intitulés des plats : « Romeo à la noisette sans Juliette » [14FrS], « Ris8 passaggi », « Sci-rocco cò »

¹⁴ « Pour donner plus de goût à nos plats, réduire le gaspillage alimentaire et énergétique et l'utilisation du plastique, nous achèterons des produits pour lesquels la fraîcheur et le parfum font la différence. Nous le ferons au dernier moment et uniquement dans les quantités dont nous avons besoin. C'est pourquoi nous demandons que les réservations et les choix de menus soient faits au moins 24 heures avant l'arrivée au restaurant » (nous traduisons).

¹⁵ Désormais nous allons mettre en italique les termes objet d'analyse.

[13ItS] ou « Del maiale non si butta via niente » [1ItS], du dicton « rien n'est jeté du cochon ».

Or, les menus sont l'une des représentations de la perspective locale et durable des restaurants. Toutefois, la cuisine étant aussi l'occasion d'une rencontre entre différentes cultures, nous avons constaté également l'utilisation d'ingrédients et de préparations relevant d'autres cuisines et en d'autres langues. Il est intéressant d'observer qu'aussi bien en France qu'en Italie, il s'agit le plus souvent de cuisines asiatiques, de la cuisine japonaise notamment : « sorbet fromage blanc persil et *yuzu* », « jus crémé au *wasabi* », « araignée de nos côtes comme un *maki* », « *tataki* de pastèque bio », « *sashimi* de bonite, *shiso* et huile au *yuzu* », « *shiitake* », « spinaci di *Okinawa* » [« épinards d'Okinawa »], « *alga nori* » [« algue nori »], « mela verde, panna cotta al lime, te verde *matcha* » [« pomme verte, panna cotta au citron vert, thé vert *matcha* »)]¹⁶. Mais d'autres cuisines sont aussi présentes : « *baba ganoush* », « artichaut à la grecque », « biscuit *amaretti* », « *cime di rapa*/coquillages », « hibiscus/poivre de *Timut* », « *cannelloni* d'artichauts », « jambon “*Serrano*” », « râpée de *fêta* », « glace au *pesto rosso* », « *ravioli* de foie gras », « *kimchi* di aglio orsino e uva spina », « *beurre blanc* », « *mousseline* », « *piadina* come un *pane naan* », « *palamita agra*, *cipollina*, *kefir* di *ravanello* e *tobiko* ». Les exemples cités incluent certains termes français dans les cartes italiennes et des termes italiens dans les cartes françaises en raison de l'influence linguistique et culturelle entre les deux pays¹⁷.

Cette approche globale est explicitée dans cette affirmation : « la cucina trova le sue origini nella tradizione e negli ingredienti tipici della Valtellina, ma con uno sguardo globale che unisce il gusto italiano a tecniche e preparazioni che spaziano in

¹⁶ La cuisine japonaise, une autre référence au niveau global inscrite sur la liste des patrimoines culturels immatériels de l'UNESCO depuis 2013, est présente aussi dans la philosophie de l'un des restaurants de notre corpus.

¹⁷ Bien avant le succès des anglicismes, les influences réciproques entre le français et l'italien étaient fréquentes. Par exemple, Reutner (2008) souligne la vague d'« italoophilie » et d'« italomanie », concernant en particulier le domaine de l'art, qui s'est répandue en France après la campagne d'Italie de Charles VIII au XVe siècle, tandis que, par la suite, à partir du milieu du XVIIe siècle, il y a eu une entrée significative d'emprunts français en italien – des termes abstraits ou issus de la politique et de la mode. D'ailleurs, les deux pays excellent dans certains domaines spécialisés, dont la gastronomie. Il est donc normal que certains termes aient pu s'imposer dans l'une ou dans l'autre langue.

differenti culture gastronomiche » [10ItÉ]¹⁸. Bien que cela ne soit pas prédominant dans notre corpus, la tendance au local est plus cohérente avec les valeurs durables exprimées par la filière courte et la valorisation du territoire. L'appel au global constitue en revanche un aspect à considérer, qui confirme une fois de plus les contrastes caractérisant à la fois la gastronomie et les sociétés contemporaines.

Quelles pratiques durables ?

L'analyse effectuée suggère que l'engagement environnemental des restaurants retenus et leur façon de le communiquer s'appuient sur plusieurs topoï autour desquels se construit la narration des entreprises. Nous avons d'abord pu constater le rôle central des chef·fe·s dans la mise en pratique des démarches durables, ce qui ressort notamment du recours aux produits et aux producteur·trice·s locaux·les, qui sont également des acteur·trice·s de l'expérience gastronomique, en soutien du territoire et des économies locales durables (Gatrell *et al.* 2018). Cela garantit aussi à la clientèle la qualité des plats proposés.

L'authenticité, de nos jours recherchée par certaines catégories de consommateur·trice·s dans plusieurs secteurs, répond aux attentes du néolocalisme. Renforcée par l'imaginaire naturel et rural évoqué et par l'emploi des dialectes et des langues régionales, bien que ces dernières soient encore peu valorisées, elle rime avec tradition. Ce terme et les adjectifs correspondants sont très récurrents dans les deux sous-corpus, parfois en association avec le concept opposé, à savoir l'innovation, sur lequel il convient de s'attarder à présent.

Inscrite dans le binôme tradition-innovation, l'innovation indique également, d'une part, la modernité et la créativité de la cuisine, d'autre part, la recherche et les projets concernant les pratiques durables des restaurants. Tout cela représente un « accent sur le progrès » montrant que les entreprises joignent « le geste à la parole »

¹⁸ « La cuisine trouve ses origines dans la tradition et dans les ingrédients typiques de la Valteline, mais avec une vision globale qui combine le goût italien et des techniques et des préparations issues de différentes cultures gastronomiques » (nous traduisons).

(Higgins et Walker 2012, 205) : « l’impegno di Zanotto nei confronti della sostenibilità alimentare e dell’innovazione culinaria » [2ItB]¹⁹, « concrètement, cela signifie soutenir les individus, les organisations et les sociétés avec des programmes de changement, des projets d’innovation et de recherche appliquée en faveur de l’agriculture régénératrice, de l’alimentation et de la santé » [43FrÉ], « nous avons privilégié les matériaux locaux pour la construction » [16FrS].

Comme nous l’avons anticipé, les discours des restaurants sur leurs initiatives ont aussi le but de sensibiliser la clientèle. Il s’agit d’une autre forme d’action : « nous bouclons la boucle en faisant preuve de civisme, en sensibilisant notre équipe et nos hôtes, afin que ces gestes loin d’être insignifiants soient ancrés » [6FrÉ], « nous limitons au maximum les produits d’importations et mettons en place progressivement des actions favorisant le développement durable pour montrer l’exemple et ainsi sensibiliser notre clientèle et nos équipes aux enjeux environnementaux futurs » [48FrÉ], « un punto di riferimento culturale, che sensibilizza e condivide saperi per una gastronomia più sostenibile e circolare » [11ItS]²⁰.

Pour ce faire, certains restaurants consacrent à leurs projets des sections des sites Web :

Toujours à la recherche de projets novateurs et écologiques, il collabore avec l’association “Comme des Champignons” pour la création d’une champignonnière dans l’enceinte même de La Mirande dans le cadre d’un projet agricole urbain pour privilégier les circuits courts. [18FrÉ]

Una scelta profonda di ricerca, rispetto dell’ambiente, innovazione, bioedilizia dove sedersi a tavola e gustare un piatto composto con prodotti provenienti da produzioni biodinamiche si armonizza alla perfezione con l’uso attento di materiali e arredi pensati nel pieno rispetto dell’ambiente. [2ItS]²¹

¹⁹ « L’engagement de Zanotto en faveur de la durabilité alimentaire et de l’innovation culinaire » (nous traduisons).

²⁰ « Une référence culturelle, qui sensibilise et partage les connaissances pour une gastronomie plus durable et circulaire » (nous traduisons).

²¹ « Un choix profond de recherche, de respect de l’environnement, d’innovation, de construction écologique où le fait de se mettre à table et de déguster un plat préparé avec des produits issus de la

Culture Hub è l'ala di [àbitat] che ha l'obiettivo di fare cultura e divulgare conoscenze incentrate sui temi riguardanti la sostenibilità, gli ecosistemi e la cucina circolare. La nostra volontà è quella di distinguerci grazie alla condivisione di saperi e pratiche, costruendo relazioni e scambi tra tutti i protagonisti della filiera, dal produttore al cliente. [11ItS]²²

Outre celles consacrées à l'obtention de l'Étoile verte, nous retrouvons aussi des sections intitulées “Notre engagement écologique” [16FrS], “Une démarche durable” [21FrÉ], “Une démarche éco-responsable” [15FrS], dans lesquelles les restaurants décrivent leur engagement et qui donc constituent des discours environnementaux à part entière (cfr. Biroš 2014 ; Catellani *et al.* 2019). Qu'ils soient français ou italiens, Big Gourmand ou étoilés, les restaurants de notre corpus s'appuient sur une narration semblable, confirmant la « médiatisation globale du problème climatique et de la préservation de l'environnement » (Altmanova *et al.* 2022, 97, 100).

En guise de conclusion

Dans cette contribution, nous avons voulu explorer les pratiques durables intégrées dans les discours en ligne des restaurants du Guide Michelin de France et d'Italie, en choisissant les restaurants les plus abordables ayant été récompensés par l'Étoile verte, l'un des symboles de la “gastronomie durable”. La médiatisation du culinaire a en effet contribué à rendre la cuisine haut de gamme célèbre auprès du grand public, renforçant ainsi l'autorité des chef-fe-s qui deviennent porteur-euse-s d'une conscience écologique et écoresponsable partagée.

Les restaurants, à l'instar d'autres activités, adoptent des pratiques durables pour répondre à l'un des plus importants défis de notre époque, à savoir le respect de l'environnement, qui concerne désormais la plupart des secteurs de production.

production biodynamique est en harmonie parfaite avec l'utilisation soignée de matériaux et d'un ameublement conçu dans le respect de l'environnement » (nous traduisons).

²² « Culture Hub est l'ala de [àbitat] qui vise à créer de la culture et à diffuser des connaissances axées sur la durabilité, les écosystèmes et la cuisine circulaire. Notre volonté est de nous distinguer en partageant des connaissances et des pratiques, en construisant des relations et des échanges entre tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement, du producteur au client » (nous traduisons).

Les entreprises promeuvent ainsi leur RSE à la fois à des fins de marketing pour accrocher le public le plus sensible et pour diffuser des valeurs éthiques. Comme l'orientation durable est strictement liée au néolocalisme, le mouvement qui s'appuie sur la (re)découverte du territoire et du local, nous avons vérifié également comment cet élément se situe dans un monde globalisé et dans un secteur, celui de la gastronomie, où les échanges culturels et les contaminations sont à l'œuvre.

La terminologie utilisée, extraite à l'aide du logiciel Sketch Engine, nous a permis de faire émerger des axes thématiques dans lesquels les discours des restaurants s'inscrivent : "terroir", "saisonnalité", "authenticité", "durabilité", "expérience". On les retrouve dans les sites Web et parfois dans les menus, qui mettent en évidence l'origine des produits et l'action de toute l'équipe, des chef-fe-s aux jardinier-ère-s, afin de privilégier l'authenticité et le circuit court. Cela permet aussi de créer un contact direct avec la clientèle potentielle, malgré un langage essentiellement technique et formel.

Comme Parizot (2022, 118) le fait remarquer, la gastronomie « réunit les contrastes émergeant dans et par la société dans une binarité élémentaire : mondial-local, collectif-individuel, tradition-innovation ». Les résultats de notre analyse illustrent bien cette binarité. Les restaurants italiens et français retenus pour notre analyse partagent la même rhétorique, mettant au premier plan la nature et l'environnement. La composante visuelle (les images, les couleurs) et l'onomastique commerciale aussi se focalisent sur ces aspects, les noms de certains restaurants renvoyant non seulement au territoire mais aussi à l'histoire. Il s'agit de stratégies que les restaurants adoptent pour fidéliser la nouvelle clientèle en misant sur une cuisine respectueuse de la nature et qui aide aussi à sensibiliser la communauté. Ils se posent ainsi comme « des acteurs du changement culturel et social » (*ibidem*, 120).

Bibliographie

- Alexander, Richard (2010), *Framing Discourse on the Environment : A Critical Discourse Approach*, London, Routledge.
- Altmanova, Jana, Cartier, Emmanuel, Luzzi, Jimmy, Pinto, Sarah, Piscopo, Sergio (2022), *Innovations lexicales dans le domaine de l'environnement et de la biodiversité : le cas de bio en français et en italien*, « Neologica », n. 16, pp. 85-110. DOI : <https://doi.org/10.48611/isbn.978-2-406-13219-6.p.0085>.
- Amilien, Virginie (2005), *Préface : à propos de produits locaux*, « Anthropology of Food », n. 4. DOI : <https://doi.org/10.4000/aof.306>.
- Assiouras, Ioannis, Liapati, Georgia, Kouletsis, Georgios, Koniordos, Michalis (2015), *The Impact of Brand Authenticity on Brand Attachment in the Food Industry*, « British Food Journal », vol. 117, n. 2, pp. 538-552. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2014-0095>.
- Bailly, Antoine, Paelinck, Jean (1992), *La localisation de restaurants de marque : les critères implicites dans l'information du Guide Michelin*, « Annales de Géographie », vol. 101, n. 563, pp. 85-90.
- Beauvisage, Thomas, Beuscart, Jean-Samuel, Mellet, Kevin, Trespeuch, Marie (2014), *Une démocratisation du marché. Notes et avis de consommateurs sur le Web dans le secteur de la restauration*, « Réseaux », vol. 183, n. 1, pp. 163-204. DOI : <https://doi.org/10.3917/res.183.0161>.
- Biros, Camille (2014), *Les couleurs du discours environnemental*, « Mots. Les langages du politique », n. 105, pp. 45-66. DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.21688>.
- Boutaud, Jean-Jacques (2019), *L'expérience comme lieu commun de l'exception*, « Hermès. La Revue », vol. 83, n. 1, pp. 61-67. DOI : <https://doi.org/10.3917/herm.083.0061>.
- Boutaud, Jean-Jacques, Madelon, Véronique (éd.) (2010), *Présentation. La médiatisation du culinaire*, « Communication & Langages », vol. 164, n. 2, pp. 33-40. DOI : <https://doi.org/10.4074/S0336150010012032>.
- Cadeddu, Joseph, Kauffer, Maurice, Keromnes, Yvon (éd.) (2019), *La gastronomie à l'ère numérique. Regards linguistiques et économiques sur l'Allemagne, la France et l'Italie*, Stauffenburg, Collection Romanistik.
- Carroll, Archie B. (1991), *The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, « Business Horizons », n. 34, pp. 39-48. DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G).
- Carù, Antonella, Cova, Bernard (2006), *Expériences de consommation et marketing expérientiel*, « Revue française de gestion », vol. 162, n. 3, pp. 99-113.

- Catellani, Andrea, Pascual, Espuny, Céline, Malibabo Lavu, Pudens, Jalenques Vigouroux, Béatrice (2019), *Les recherches en communication environnementale. État des lieux*, « Communication », vol. 36, n. 2. DOI : <https://doi.org/10.4000/communication.10559>.
- Cipollaro, Maria, Fabbrizzi, Sara, Sottini, Veronica, Alampi, Fabbri, Bruno, Menghini, Silvio (2021), *Linking Sustainability, Embeddedness and Marketing Strategies: A Study on the Craft Beer Sector in Italy*, « Sustainability », vol. 13, n. 19, 10903. DOI : <https://doi.org/10.3390/su131910903>.
- Devilla, Lorenzo (2013), *L'image de la Sardaigne dans les guides touristiques français et italiens*, « L'analisi linguistica e letteraria », n. 21, pp. 57-70.
- Devilla, Lorenzo (2022), *La communication touristique numérique des organismes institutionnels de Sardaigne et de Corse. Les langues régionales entre authenticité et marchandisation. Une étude de cas*, « CMLF 2022. SHS Web of Conferences », n. 138. DOI : <https://doi.org/10.1051/shsconf/202213812004>.
- Dion, Delphine, de Boissieu, Elodie (2013), *Construction et mise en scène d'un lignage dans le luxe : le cas des chefs dans la haute-cuisine*, « Décisions Marketing », vol. 70, n. 2, pp. 25-42. DOI : <http://dx.doi.org/10.7193/DM.070.25.42>.
- Druetta, Ruggero (2008), *Les noms de marque et de produit comme marqueurs identitaires*, « Éla. Études de linguistique appliquée », vol. 2, n. 150, pp. 157-175.
- Erhardt, Niclas, Martin-Rios, Carlos, Bolton, Jason, Luth, Matthew (2022), *Doing Well by Creating Economic Value through Social Values among Craft Beer Breweries: A Case Study in Responsible Innovation and Growth*, « Sustainability », vol. 14, n. 5. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14052826>.
- Fischler, Claude (1979), *Gastro-nomie et gastro-anomie*, « Communications », n. 31, pp. 189-210. DOI : <https://doi.org/10.3406/comm.1979.1477>.
- Fissi, Silvia, Gori, Elena, Marchi, Valentina, Romolini, Alberto (2023), *Social Media, Brand Communication and Customer Engagement in Michelin-starred Restaurants during a Time of Crisis*, « British Food Journal », vol. 125, n. 13, pp. 16-33. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2022-0363>.
- Flack, Wes (1997), *American Microbreweries and Neolocalism : "Ale-ing" for a Sense of Place*, « Journal of Cultural Geography », vol. 16, n. 2, pp. 37-53. DOI: <https://doi.org/10.1080/08873639709478336>.
- Gatrell, Jay, Reid, Neil, Steiger, Thomas L. (2018), *Branding Spaces : Place, Region, Sustainability and the American Craft Beer Industry*, « Applied Geography », vol. 90, pp. 360-370. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2017.02.012>.
- Giumelli, Riccardo (2004), *Oltre il locale e il globale: il senso globale dell'appartenenza contemporanea*, « European Diversity and Autonomy Papers—EDAP », n. 10. DOI: https://aei.pitt.edu/30419/1/2010_edap04.pdf (dernier accès le 31 août 2024).

- Higgins, Colin, Walker, Robyn (2012), *Ethos, Logos, Pathos : Strategies of Persuasion in Social/Environmental Reports*, « Account. Forum », vol. 36, n. 3, pp. 194-208. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2012.02.003>.
- Higgins, Colin, Coffey, Brian (2016), *Improving How Sustainability Reports Drive Change : A Critical Discourse Analysis*, « Journal of Cleaner Production », vol. 136, part A, pp. 18-29. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.01.101>.
- Hugol-Gential, Clémentine, Michon, David (2020), *Perdre ou renoncer aux étoiles : analyse des discours médiatiques et paroles de chefs à l'ère de la transparence*, « Communication & langages », vol. 206, n. 4, pp. 35-49. DOI : <https://doi.org/10.3917/comla1.206.0035>.
- Hugol-Gential, Clémentine, Michon, David (2022), *Communiquer la gastronomie à l'heure de l'engagement éthique : discours étoilés autour du petit producteur*, in Camille Brachet et Julien Tassel (éd.), *Gastronomie et communication*, Paris, L'Harmattan, pp. 31-44.
- Karpik, Lucien (2000), *Le Guide rouge Michelin*, « Sociologie du travail », vol. 42, n. 3, pp. 369-389, <https://www.jstor.org/stable/41928679> (dernier accès le 31 août 2024).
- Kress, Gunther, van Leeuwen, Theo (2001), *Multimodal Discourse : The Modes and Media of Contemporary Communication*, New York, Bloomsbury USA Academic.
- Lehuédé, Franck (2009), *L'internet participatif redonne confiance aux consommateurs*, « Consommation et modes de vie. Crédoc », n. 222, <https://www.credoc.fr/download/pdf/4p/222.pdf> (dernier accès le 31 août 2024).
- Lussault, Michel (2017), *VI. Néolocalismes*, in Michel Lussault (éd.), *Hyper-lieux. Les nouvelles géographies de la mondialisation*, Paris, Le Seuil, pp. 241-277.
- Miranda, Francisco Javier, Rubio, Sergio, Chamorro, Antonio (2015), *The Web as a Marketing Tool in the Spanish Foodservice Industry: Evaluating the Websites of Spain's Top Restaurants*, « Journal of Foodservice Business Research », vol. 18, n. 2, pp. 146-62. DOI: <https://doi.org/10.1080/15378020.2015.1029386>.
- Naulin, Sidonie (2020), *De quoi parlent les grands chefs ? Analyse de la programmation d'événements professionnels gastronomiques*, « Communication & langages », vol. 206, n. 4, pp. 67-83. DOI : <https://doi.org/10.3917/comla1.206.0067>.
- Pagès, Dominique (2017), *Figures du chef cuisinier. Première partie : de la créativité culturelle à l'engagement sociétal et public*, « Quaderni », n. 94, pp. 75-90. DOI : <https://doi.org/10.4000/quaderni.1117>.
- Parizot, Anne (2014), *Le Bibendum Michelin et ses Bibs ; mystère et ministère d'un totem... sans tabous !*, Paris, L'Harmattan.

- Parizot, Anne (2015), *Michelin du culte du secret à la transparence ?*, in Andrea Catellani, Audrey Crucifix, Christine Hambursin et Thierry Libaert (éd.), *La communication transparente : l'impératif de la transparence dans le discours des organisations*, Louvain, Presses universitaires de Louvain.
- Parizot, Anne (2022), *La "gastronomie durable ou responsable" prend forme... Vers un nouvel espace éthique ?*, in Camille Brachet et Julien Tasse (éd.), *Gastronomie et communication*, Paris, L'Harmattan, pp. 111-121.
- Paveau, Marie-Anne (2013), *Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique*, « Epistémé », n. 9, pp. 139-176. DOI : <https://hal.science/hal-00859064/document> (dernier accès le 31 août 2014).
- Paveau, Marie-Anne (2017), *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann.
- Reutner, Ursula (2008), *Les emprunts récents de l'italien au français*, in Brigitte Horiot (éd.), *Le français, ailleurs et toujours : place et fonctions du français dans les autres langues*, Lyon, Centre d'études linguistiques Jacques Goudet, pp. 119-136.
- Ritzer, George (1983), *The "McDonaldization" of Society*, « Journal of American Culture », vol. 6, n. 1, pp. 100-107. DOI : https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1983.0601_100.x.
- Robertson, Roland (1994), *Globalisation or Glocalisation ?*, « The Journal of International Communication », vol. 1, n. 1, pp. 33-52.
- Shortridge, James (1996), *Keeping Tabs on Kansas : Reflections on Regionally Based Field Study*, « Journal of Cultural Geography », vol. 16, n. 1, pp. 5-16. DOI : <https://doi.org/10.1080/08873639609478344>.
- Swyngedouw, Erik (2004), *Globalization or "Glocalization" ? Networks, Territories and Rescaling*, « Cambridge Review of International Affairs », vol. 17, n. 1, pp. 25-48. DOI : <https://doi.org/10.1080/0955757042000203632>.

Sitographie

- Guide Michelin, *Restaurants*, <https://guide.michelin.com/fr/fr/restaurants> (dernier accès le 31 août 2024).
- Guide Michelin (2022), *On vous dit tout sur l'Étoile Verte MICHELIN*, <https://guide.michelin.com/fr/fr/article/sustainable-gastronomy/on-vous-dit-tout-sur-l-etoile-verte-michelin> (dernier accès le 31 août 2024).
- Li, Zoe (2023), *10 Best Cuisines in the World*, « CNN Travel », <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-cultures/index.html> (dernier accès le 31 août 2024).

Organisation des Nations unies (ONU), *Journée de la gastronomie durable 18 juin*, <https://www.un.org/fr/observances/sustainable-gastronomy-day> (dernier accès le 31 août 2024).

Sketch Engine, <https://www.sketchengine.eu> (dernier accès le 31 août 2024).

UNESCO. Patrimoine culturel immatériel, *Le repas gastronomique des Français*, <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-repas-gastronomique-des-francais-00437?RL=00437> (dernier accès le 31 août 2024).

Notes biographiques

Lorenzo Devilla est Professeur associé en langue et linguistique française à l'Université de Sassari, où il est responsable de la licence en Médiation Linguistique et Culturelle et du FLE ainsi que Vice-Président aux Relations Internationales. Il a été Professeur invité dans plusieurs universités françaises. Il est responsable du projet « Plurilinguisme, patrimoine culturel et développement durable ». Ses travaux portent sur la variation dans le français contemporain et sur l'analyse du discours touristique.

ldevilla@uniss.it

Nicla Mercurio est enseignante-chercheuse en langue et linguistique française à l'Université de Sassari dans le cadre du projet « Plurilinguisme, patrimoine culturel et développement durable ». Ses recherches portent sur la terminologie, le discours publicitaire et touristique. Actuellement elle s'occupe en particulier du domaine de la gastronomie et de la bière dans une perspective (socio)terminologique et discursive.

nmercurio@uniss.it

Pour citer cet article

Devilla, Lorenzo, Mercurio, Nicla (2024), *Une étoile verte est née* : pratiques durables et stratégies discursives des restaurants du Guide Michelin en France et en Italie, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 17-48.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

SUR LA VARIATION TERMINOLOGIQUE ET TRADUCTOLOGIQUE DE QUELQUES GASTRONYMES
SICILIENS DANS UN CORPUS DE TEXTES TOURISTIQUES EN LANGUE FRANÇAISE

Paola Labadessa

Le nombre croissant de dictionnaires et publications dans le domaine gastronomique fait songer d'un côté à une lexicographie spécialisée à part entière et interroge, de l'autre, sur l'existence d'une science dédiée à l'étude lexicologique de la cuisine et de son traitement en tant que langue de spécialité. Proposant l'emploi du mot «gastronyme» pour souligner les traits uniques qui caractérisent l'identité des noms des produits alimentaires, cette étude examine quelques gastronymes siciliens dans un corpus de textes touristiques en langue française d'après les variations terminologiques en contexte de dénomination et de traduction auxquelles ces termes sont souvent soumis. À l'aide des travaux concernant la traduction et les formes de variation, ainsi que par des ressources telles que la lexicographie italo-sicilienne et les bases de données du CNRTL, cette contribution explore le transfert des lexèmes culinaires entre langues et cultures sicilienne-italienne et française. Elle s'intéresse également aux formes hybrides de français utilisées par les siciliens en milieu francophone, notamment à travers l'analyse de menus, ainsi qu'aux résultats de la traduction automatique. L'objectif est de comprendre les mécanismes de médiation, d'appropriation ou de modification des produits culinaires dans le contexte de la migration linguistique et culturelle.

Mots-clés

Gastronymes ; Sicile ; Terminologie culinaire ; Variation terminologique ; Traduction

ABOUT TERMINOLOGICAL AND TRANSLATIONAL VARIATION OF SOME SICILIAN
GASTRONYMS IN A CORPUS OF TOURIST TEXTS IN FRENCH LANGUAGE

The growing number of dictionaries and publications about gastronomy, on the one hand, suggests a specialized lexicography and, on the other, questions about the existence of a science dedicated to the lexicological study of cuisine and its treatment as a language of specialization. Proposing the use of the word “gastronyme” to highlight the unique features characterizing the identity of the names of food products, this study examines some Sicilian gastronyms in a corpus of French tourist texts according to the terminological variations in the context of naming and translation to which these terms are often subjected. Using studies about translation and forms of terminological variation, as well as resources such as the Italo-Sicilian lexicography and the CNRTL databases, this contribution explores the transfer of culinary lexemes between the Sicilian-Italian and French languages and cultures. It is also interested in hybrid forms of French used by Sicilians in a French-speaking environment, particularly through the analysis of menus and the results of machine translation. The aim is to understand the mechanisms of mediation, appropriation or modification of culinary products in the context of linguistic and cultural migration.

Keywords

Gastronyms; Sicily; Culinary terminology; Terminological variation; Translation

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21128>

SUR LA VARIATION TERMINOLOGIQUE ET TRADUCTOLOGIQUE DE QUELQUES
GASTRONYMES SICILIENS DANS UN CORPUS DE TEXTES TOURISTIQUES EN LANGUE
FRANÇAISE

Paola Labadessa

Introduction

Dans le langage spécialisé et en didactique des langues on recourt à des expressions telles que « glossaire gastronomique », « lexique de cuisine » « terminologie culinaire » pour se référer aux noms des aliments et des plats. Par ailleurs la publication croissante de dictionnaires, d'encyclopédies, de lexiques et de glossaires alimentaires, en format papier ou multimédia, fait songer à une lexicographie spécialisée à part entière. Une question se pose, alors : existe-t-il une science qui s'occupe de cuisine sous l'aspect lexicologique ou n'est-elle abordée qu'en termes de langue de spécialité ?

La question traverse, encore, d'une façon interdisciplinaire des sciences telles que l'anthropologie, la déonomastique, la toponymie, l'histoire et bien d'autres et s'élargit lorsqu'il s'agit de dénominations d'origine étrangère. Elle s'insère au sujet de la nomination des *realia*, des culturèmes, qui continue à interroger les spécialistes :

Comment parle-t-on de ce qui est étranger à sa propre langue-culture ? Comment rend-on compte d'un univers qui n'est pas réductible à celui que l'on connaît ? Qu'est-ce qui se joue au plan linguistique lorsqu'il s'agit de parler d'un univers culturel qui n'a pas été enregistré par le lexique de la langue dont on dispose ? (Guerin 2011, 27)

De plus si l'on peut s'interroger sur l'opportunité de préférer une « terminologie » gastronomique ou culinaire, à la place du mot « vocabulaire », la recherche de dénominations plus pertinentes vient à peine de commencer.

Dans cette contribution nous allons étudier des « gastronymes » siciliens tels qu'ils sont nommés dans un corpus de textes touristiques en langue française. Comment sont-ils présentés au public ? Privilégie-t-on la compréhension du contenu ou le transfert du mot ? Recourt-on au calque, à l'emprunt, à des équivalences indirectes ? La présence de variations terminologiques et de variantes

traductives dans la dénomination de ces plats nous interpelle sur l'efficacité des modalités de présentation des spécialités siciliennes.

Le corpus que nous avons choisi couvre, en fait, des périodes différentes et concerne plusieurs genres de textes. Au croisement entre études de terminologie, variation, traductologie et pratique de la traduction, notre analyse se veut un repérage des formes dénominatives des gastronymes et une recherche des formes variantes enregistrées suivant les distinctions proposées par Jacquemin (1999), Daille (2002) et Freixa (2006) ou encore une recherche de la typologie de tendance déformante ou d'équivalence adoptée suivant les travaux de Berman (1985) et Podeur (2002, 2008). Les données seront croisées, à l'aide de la lexicographie italo-sicilienne, avec les bases de données du CNRTL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales) et des principaux dictionnaires français.

De ce fait nous entendons nous occuper du transfert des lexèmes en tant que résultat des procès de migration entre langues et cultures pour en découvrir les mécanismes de médiation et d'appropriation ou de modification de produits. Nous jetterons aussi un regard sera aussi jeté sur le français des siciliens, les formes hybrides des immigrés en milieux francophones, surtout via l'analyse de menus.

Les « gastronymes » entre lexicographie et néologie

Afin de bien définir les objets de notre analyse, des indications paraissent nécessaires. Si les synonymes « vocabulaire » ou « lexique » nous semblent trop vagues pour les adopter, nous allons nous appuyer sur la lexicographie pour motiver notre choix.

Le Robert indique par le mot « glossaire » un « lexique expliquant les mots difficiles, mal connus (d'un texte, d'un livre) »¹ et *Larousse* le définit comme un « recueil de gloses »². Le premier explique également par « terminologie » l'

¹ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/glossaire> (dernier accès le 10 avril 2024)

² <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/glossaire/37201#:~:text=%EE%A0%AC%20glossaire&text=2,ou%20%C3%A0%20certains%20dictionnaires%20bilingues> (dernier accès le 10 avril 2024)

« ensemble des désignations et des notions appartenant à un domaine spécial (science, technique, etc.) »³ et le deuxième enregistre, sous la même entrée, un « ensemble des termes, rigoureusement définis, qui sont spécifiques d'une science, d'une technique, d'un domaine particulier de l'activité humaine »⁴.

Sans entrer au cœur du débat qui oppose les défenseurs de la gastronomie comme art, aux nouveaux partisans d'une pratique scientifique, le nom même de « gastronomie » ne semble pas répondre à notre objectif, n'étant que le résultat de l'association de la sélection de produits, de leur transformation et dégustation.

Les noms des plats sont à la fois l'association d'un ou plusieurs produits – expressions de sciences (agriculture, zootechnique, ichtyologie, etc.) – et d'un processus technique (la cuisine) dont ils représentent les résultats. Les noms siciliens, dans notre cas, peuvent varier selon leur adoption dans d'autres régions, pour des événements, des occasions et, bien sûr, en traduction.

Il nous paraît alors opportun de rechercher une expression regroupant l'ensemble des mots, mais suggérant aussi des caractères individuels et des traits uniques selon la provenance et la transformation.

Le mot *gastronyme* que nous proposons – formé de « gastro » et du suffixe –, commence, en fait, à faire son apparition. L'une des plus anciennes occurrences remonte à une étude italienne qui associait « *gastronimi e deonomastica* » (Lubello 2011) ; ensuite, il apparaît dans la *Revue Roumaine d'études francophones* (7, 2015, 112-136), et dans une étude allemande (« *die sogenannten Gastronyme* » (Colliander 2017). N'étant pas encore lemmatisé dans *Le Robert* ou le *Larousse* qui recourent aux entrées mentionnées ci-dessus, c'est en milieu francophone d'Afrique, et notamment camerounais, qu'il fait fortune. Le quotidien *L'Economie* dans un article récent l'emploie huit fois à côté de *gastrostratège* et *gastrodiversité*. Il présente la *gastronomie* comme « science qui a pour étude le nom des aliments et des médicaments » et nomme des gastronymes standardisés (ex. *mandawa* à la place de « arachides grillées [...] expression jugée peu précise, peu valorisante et peu stratégique ») (Bogni 2024).

³ <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/terminologie>(dernier accès le 10 avril 2024)

⁴ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/terminologie/77407> (dernier accès le 10 avril 2024)

Le mot est recensé aussi dans *Jeune Afrique* en 2023 (quatre occurrences) et *Wikipedia* l'emploie encore à propos du Koki, l'un des principaux mets camerounais⁵. Le choix de ce terme, comme la presse le souligne, « tient au moins à deux raisons plus ou moins liées à la théorie de la trace nominale qui suggère, en tant que stratégie d'influence linguistique, de marquer d'un référent onomastique le temps et l'espace » (Bogni 2024).

Tout comme la toponymie, la chromonymie, l'anthroponymie, etc., la « gastronymie » paraît avoir les caractères pour gagner ses lettres de noblesse.

D'ailleurs l'intérêt constant pour le lien entre mets et mots se retrouve dans des ouvrages (Revel 1979 ; Boutaud 2005 ; Colas-Blaise 2013) et la néologie affecte également des pratiques gastronomiques récentes (*tartatonille*, *courjiflette*, *potiflette* pour ne donner que quelques exemples) auxquelles A. Giaufret et M. Rossi (2018), et plus récemment C. Jacquet Pfau et J. Altmanova (2024) ont consacré leur attention.

Notre emploi du mot « gastronyme » vise à inclure les noms des aliments soit pour indiquer le mets préparé pour la consommation, soit la transformation qu'il peut subir à la fin du processus de cuisson.

À propos des gastronymes siciliens

Même si l'intérêt pour la gastronomie sicilienne demeure croissant comme les récents *Dizionario Gastronomico siciliano* (Lauricella 2024) et le *Petits plats comme en Sicile* (Girod 2024) le démontrent (tout comme la publication constante de guides spécialisés et blogs de cuisine), et que l'on exclut les travaux de I. Valenti (2011) sur les emprunts du français dans le lexique culinaire sicilien, une étude analytique globale sur le vocabulaire gastronomique de Sicile semble être négligée.

Parler de « gastronymes siciliens » comporte, comme pour tout autre cuisine (régionale aussi), des références au terroir, à l'histoire, aux traditions, à la langue et aussi aux lieux et aux usages de l'île.

⁵ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Koki> (dernier accès le 30 avril 2024)

La cuisine sicilienne, résultat de la succession et de la rencontre de cultures et de traditions différentes, a une histoire et des caractères tout à fait individuels. Si nous n'entrons pas au cœur de ces thèmes qui, d'ailleurs, ne représentent pas le sujet de notre recherche, quelques références à l'histoire linguistique sont encore nécessaires.

C'est à l'époque médiévale qu'on reconnaît l'enrichissement du vocabulaire gastronomique sicilien grâce à l'introduction de produits et plats qui constituent des spécialités locales (cassata, sorbetti, pasta con le sarde, cous cous, sesamo, *piscistoccu*, melanzane, etc.). À l'époque moderne l'influence de la cuisine française devient claire même au niveau lexical (*gattò* – de ricotta sucré ou piquant – du français *gâteau* ; *gratté* de *gratin*, mais aussi *falsomagro* – *fassumagru* du français *farve*) et c'est aussi la période des cuisiniers français appelés « Monsù », du français « Monsieur », au service des nobles. Mais ce sera surtout dans le cadre des changements socio-culturels découlant de l'Unité d'Italie (Lubello 2011) qu'on retrouve des modifications dans la dénomination et la préparation des produits. Après 1861 on assiste, dans toute la péninsule, à une première phase de francisation dans la dénomination des mots de cuisine⁶. Toutefois à propos des premiers mots français dans la cuisine italienne, Martellotti (2005, 140) observait que :

[...] restano finora catalogati nella manualistica e nei prontuari etimologici sotto l'etichetta generica di 'francesismi', accreditando il mito di una cucina italiana influenzata da quella di Francia, mentre al contrario è la cucina francese che si arricchisce e si amplia sotto l'influsso italiano, come dimostra la già ricordata povertà degli Enseingnemenz, e la chiara derivazione italiana delle aggiunte al Viandier.

Suivra une phase de promotion de l'identité nationale (*mafaldine*, *agnolotti alla Cavour*, *pizza Margherita*), pour revenir à un processus de valorisation des cuisines régionales, comme les publications des recettes de l'époque le montrent.

Les noms des aliments et plats siciliens subissent, alors, des processus d'italianisation (*accia* > *sedano*, *maccu* > *macco*, *meusa* > *milza*, *saddi* > *sarde*) tout en gardant leur identité et composition.

⁶ Pour les mots français dans le lexique culinaire italien Helga Thomassen, *Gallizismen im kulinarischen Wortschatz des Italienischen*, Frankfurt am Main/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien, Peter Lang, 1997

Or, les gastronymes présentent des signifiants, une composition, une étymologie, une sémantique, des dérivations assez variées, et traversent plusieurs domaines disciplinaires. Ils peuvent contenir des références à des personnages, des évènements, des lieux, des anecdotes et des usages populaires. La cuisine sicilienne, en plus, présente des mots de provenance multilingue qui en enrichissent le lexique.

Une classification possible et sûrement incomplète des typologies de gastronymes est présentée ci-après (exemples entre parenthèses non exhaustives).

Selon l'origine :

- des noms arabes (*cous cous, sorbetto, calia*)
- des noms latins (*maccu, sfince, sfincione*)
- des noms grecs (*tunnu, tunnina*)
- des gallicismes (*gattò, gratté, rollò*)
- des hispanismes (*'mpanata*)

Selon la formation :

- des détoponymes ou gastrotoponymes (*pomodorini di Pachino, pesto alla trapanese, pesce stocco alla messinese, pistacchio di Brontè*)
- des déonomastiques ou déonymiques (*pasta alla Norma*)

Selon la composition :

- des diminutifs (*panelle, arancinu, fauzza, muffulettu*)
- des agglutinations (*stoccafisso, a beccafico, piscirovu*)
- des dérivations (*caponata, 'ncaciata*)

Selon la sémantique :

- des variations par rapport au sens du mot italien (*bracirole, conserva*)

Tous ces éléments entrent en jeu dans les opérations d'équivalence lorsqu'il s'agit de langues en contact (Terracini 1996 ; Weinreich 1968).

De la variation en terminologie et traduction

Le binôme choisi pour cette étude, « gastronymes » et « variation », requiert à ce moment une introduction sur la variation et les formes variantes, qui s'avère propédeutique et fonctionnelle au suivi de notre travail.

Au cours des années la variation a été presque toujours étudiée dans une perspective monolingue et sociolinguistique (Labov 1966 ; Milroy 1978 ; Boutet 1997, 2003 ; Gadet 2003, 2004). Les linguistes distinguaient des typologies de variation phonologique (Labov 1972), syntaxique (Blanche-Benveniste 1990, lexicale (Francard 2005) ; ou encore ils classaient la variation selon des dimensions temporelles, spatiales, sociales, liées au locuteur (Cosieriu 1969 ; Jacquemin 1999 ; Tartier, 2006), selon les registres et genres (Gueunier 1998) en ne trouvant pas toujours une uniformité. Dans ces directions elle était abordée comme problème de traduction (Grutschus 2016).

La variation en termes de contact entre les langues, sauf quelques tentatives d'approches panlectales (Chaudenson *et al.* 1993), est devenue plus récemment un objet de recherche (Ledegen et Légèlise 2013), même si elle demeure moins fréquente dans les études par rapport à la variation mentionnée ci-dessus.

La conception de la traduction comme variation dans le sens de « réécriture du texte original » (Meslin 2024) et la postulation des variantes traductives comme résultats de la variation, n'est pas nouvelle. La question a été abordée sous différents angles : la traduction a été considérée comme une « variante optimale du texte source » (Hrdlička 2003) ou comme une « variante possible du texte initial » (Kufnerová 2009).

La réflexion s'insère dans un discours plus large sur la variation interlinguistique - la variation intralinguistique n'étant pas la seule à marquer le discours - et sur les variantes textuelles en traduction.

Le phénomène concerne aussi la terminologie, mais quant à sa définition il n'a pas trouvé un consensus parmi les spécialistes. Certains l'identifient dans la représentation différente d'un même terme sur le plan formel (Carreño Cruz 2004), d'autres distinguent ou conjuguent variation et synonymie (L'Homme 2004). Il n'y a pas non plus une classification univoque des typologies de

variation terminologique. Suivant les classifications des variations descriptives (Jacquemin 1999, Daille 2002, Tartier 2006) et explicatives (Freixa 2006), dans notre travail nous allons considérer les variations selon le schéma suivant :

- orthographiques
- phonologiques
- morphologiques
- graphiques
- syntaxiques
- morphosyntaxiques
- sémantiques
- lexicales
- synonymiques
- diachroniques
- traductologiques
- dénominatives
- conceptuelles
- polysémiques
- dialectales

Au nombre de ces typologies nous voulons ajouter d'autres formes qui ne sont pas proprement des variations mais que nous entendons insérer dans la catégorie, car elles représentent des formes variantes de l'unité d'origine :

- adaptations graphiques (basées sur la prononciation aussi)
- adaptations morphophonétiques
- reproductions sémantiques
- substitutions analytiques
- substitutions fantaisistes et distantes de l'unité lexicale d'origine
- périphrases descriptives qui n'ont pas un lien (sémantique) avec l'unité lexicale de départ ou qui sont subordonnées aux traits distinctifs de la spécialité culinaire.

Notre conception de la variation s'insère, donc, dans le domaine de la traduction des langues spécialisées, elle privilégie l'axe synchronique (même si le diachronique est pris en compte pour quelques cas) et s'interroge sur sa nature, formulant des hypothèses de fautes ou erreurs. Nous souhaitons relever des adaptations, des choix traductifs, même des néologismes. Il ne s'agit pas d'apparition ou de disparition de termes, mais de repérer des formes dont la prise en compte apporte des informations sur le suivi des termes et leur englobement dans le système de la langue cible. En plus l'étude de la variation entre deux langues peut être utile pour comprendre l'engendrement d'une distance informationnelle (Bennett, 1998), un glissement de sens, voire la transformation d'une entité dans une autre (ce qui en gastronomie s'avère possible).

Parler de variation pour les gastronymes comporte, alors, des réflexions au niveau des termes et de la traduction interlinguistique et interculturelle. Le sujet implique aussi des réflexions au niveau de la migration des gens et des mots et des formes acquises dans la langue d'arrivée.

Gastronymes entre italien/ sicilien et français : analyse de corpus

Le choix des textes qui forment notre corpus, porte sur des sources de nature différente en langue française (documents, textes, hypertextes) en tant que langue maternelle ou langue cible, destinés à la promotion touristique ou à la description des produits agroalimentaires et de cuisine de l'île.

Les textes appartiennent pour la plupart à l'époque actuelle pour identifier les tendances contemporaines mais nous n'avons pas négligé des documents du passé pour analyser leur héritage lexical. Ils alternent des séquences descriptives, informatives, narratives et leur écriture peut être influencée par la provenance, les auteurs, le public, la période. Le discours adopté, qui rentre dans la typologie touristique, est souvent marqué par la recherche d'un contact fréquent avec son co-énonciateur.

Le corpus est formé de :

- récits de voyages

- guides touristiques
- brochures
- menus
- sites web
- blogs

Nous allons examiner quelques exemples pour chaque catégorie (l'ordre de présentation ne suit ni règles hiérarchiques ni échelles de valeurs).

L'analyse des formes adoptées pour les gastronymes siciliens a mené parfois à y reconnaître plusieurs postures traductives, des changements intentionnels et à avancer des suppositions sur des modifications parfois involontaires.

Il s'agit pour la plupart de dénominations qui ne sont pas lemmatisés en aire francophone et qui restent au niveau des textes spécialisés et pour un public restreint. L'analyse a révélé que la solution la plus fréquentée (et simple aussi) fait recours à l'emprunt, parfois en binôme traductif, parfois suivi d'une clarification entre parenthèses (suivant ce que A. Berman appelle « tendances déformantes »). Notre regard va s'arrêter sur des formes variantes, parfois les plus curieuses, qui ont fait surgir des questions.

Toute référence à l'histoire du plat, même si elle a des implications sur sa dénomination, n'est pas prise en compte et également aucune intervention pour indiquer d'éventuelles inexactitudes au niveau des recettes n'est effectuée, pour nous concentrer, en premier lieu, sur l'observation contrastive.

Récits de voyage

Pour cette section nous avons choisi des témoignages qui remontent aux XVIII^e et XIX^e siècles.

Tout en étant des récits odéporiques, ils ont le mérite de faire découvrir la Sicile et ses richesses au grand public européen.

Notre examen concerne le texte d'un religieux, voyageur français en Sicile en 1730, qu'Hélène Tuzet (1988, 30) a défini « poète gastronomique », et le récit d'un soldat à la suite de l'expédition de Garibaldi en 1860.

Le vocabulaire gastronomique du Père Jean Baptiste Labat se distingue par des emplois qui semblent bizarres ou non conventionnels.

L'expression *menestre de Vermicelli*⁷ est marquée par une rencontre insolite. Le mot *menestre* attesté dans le *Dictionnaire de l'ancienne langue française* de F. Godefroy (1888, 237) dans le sens de « sorte de soupe », apparaît comme archaïsme au temps de Labat. Il ne figure ni dans le *Thresor de la langue Francoise, tant ancien que moderne* de Jean Nicot (1606) ni dans le *Dictionnaire de l'Académie Française* de 1694 ; il est classifié comme « vieux mot, pour soupe, potage » dans le *Dictionnaire universel* de Furetière (1727, vol. 3, s.p.). La reprise du mot de la part de Labat justifie le rapprochement avec l'italien *minestra* dont il dérive⁸, accompagné en plus, de l'emprunt italien *vermicelli*⁹ que l'auteur n'explique pas.

La forme *poisson à épée*¹⁰ employée comme explicative de l'italien *pesce spada* qu'elle suit comme un binôme traductif, semble aussi une addition personnelle si l'on considère que le mot « spadon » pour désigner un « poisson des mers chaudes dont la mâchoire supérieure se prolonge en forme d'épée » est attesté bien avant chez S. Gaudon (1646). Labat même déclare qu'en Amérique il avait même vu des « poissons à scie »¹¹. La translation « poisson à épée » semblerait, donc, une collocation subjective, même si la forme « pesce a l'espada, poisson à l'espée » était déjà présente dans A. Jouvin de Rochefort (1672).

La description précise et réaliste que Labat fait des végétaux, au moment où l'*Histoire Naturelle* de Buffon n'avait pas encore vu la lumière, est vraiment impressionnante. Une autre observation captivante concerne l'usage de la forme *melongene* « une autre production de la terre peu connue en France, mais très-ordinaire en Sicile »¹², pour indiquer les aubergines dont il décrit la recette de

⁷ *Voyages du P.Labat de l'ordre des FF. Prêcheurs en Espagne et en Italie*, tome V, Paris, Delespine, 1730, p. 152.

⁸ Gilles Ménage, *Dictionnaire étymologique de la langue française*, vol. 2, Paris, Briasson, 1750, p.196.

⁹ «pasta alimentare non fermentata che si mangia bollita nel brodo ovvero nell'acqua e poi condita: così detta perché ha la forma di lungo verme» in O. Pianigiani, *Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana*, 1907, édition en ligne www.etimo.it (dernier accès le 02 septembre 2024).

¹⁰ *Voyages du P.Labat*, cit., p. 221.

¹¹ Ivi, p. 224.

¹² Ivi, p. 238.

préparation. Empruntée au latin « melongena », documentée du XIII^e au XV^e siècle et à l'italien « melongiane » (XIV^e siècle), la forme est attestée comme « melonge » (XV^e siècle) « melongena » (XIV^e siècle) et « melongene » apparaît chez P. Morin (1658, 72, 229) dans ses *Remarques nécessaires pour la culture des fleurs*. Pour indiquer ce fruit, le français « aubergine », à son tour emprunté au catalan « alberginia » (XIII^e siècle), est attesté en botanique en 1750 chez E.-F. Geoffroy, *Matière Médicale et Suite de la matière médicale*¹³. L'emploi « melongene » par Labat, montre une influence évidente de la dénomination italienne du fruit.

Il faut signaler encore le mot *fenochio*¹⁴ (fenouil) où la tentative de la reproduction phonétique de l'italien « finocchio » aboutit à une variation orthographique.

Le voyage en Sicile de Maxime Du Camp, soldat volontaire à la suite de l'expédition des Mille, raconté dans *Expédition des Deux Siciles* (1861), fortement imprégné d'esprit combatif, révèle l'hétérogénéité d'une écriture qui regroupe à la fois les caractères de la narration historique, des mémoires et de la littérature de voyage. Il nous intéresse pour deux entrées en particulier concernant des boissons. Si nous survolons l'orthographe de « rosolio »¹⁵ évidemment empruntée à l'italien pour indiquer la liqueur, bien que connue en France mais moins fréquente par rapport à « rossolis », « rossoli », « rossolio »¹⁶, notre analyse concerne plus précisément le mot « sambucco »¹⁷. En langue italienne la forme enregistrée « sambuco » pour indiquer la plante (le « sureau » français), s'alterne avec le féminin « sambuca » pour définir la liqueur obtenue du sureau.

La lexicographie française, suivant les recherches du CNRTL, enregistre le « surard » comme « (vinaigre) préparé avec des fleurs de sureau »¹⁸.

¹³ <https://www.cnrtl.fr/etymologie/aubergine> et <https://www.cnrtl.fr/etymologie/melongène> (dernier accès le 21 août 2024).

¹⁴ *Voyages du P.Labat*, cit., p. 243.

¹⁵ M. Du Camp, *Expédition des Deux-Siciles*, édition intégrale par M.G. Adamo, Moncalieri, CIRVI, 2011, p. 172.

¹⁶ <https://www.cnrtl.fr/definition/rosolio> (dernier accès le 21 août 2024).

¹⁷ M. Du Camp, *Expédition des Deux-Siciles*, p. 172.

¹⁸ <https://www.cnrtl.fr/lexicographie/Surard> (dernier accès le 21 août 2024).

L'orthographe employée par Du Camp ne semble correspondre ni à l'italien ni au vernaculaire « sambuca/sammuca » mais le redoublement de la consonne vélaire [c] reflèterait le caractère du sicilien qui d'habitude redouble la consonne après une tonique¹⁹ (attitude que nous retrouverons encore fréquemment).

Brochures

Tous les ans dans la ville d'Alès un « Salon de la gastronomie et des produits du terroir », sert de vitrine pour les produits internationaux. A l'occasion du 29^{ème} salon (2022) consacré à l'exposition des produits siciliens, la brochure citait parmi les « antipasti » :

[...] artichauts frits, capelli (sortes de crêpes), parmigiana (un gratin d'aubergine au parmesan), caponata (sorte de ratatouille aux câpres) et l'éternelle insalata di mare, qui fait souvent la part belle au poulpe et au céleri. Sans oublier les arancini, boulettes de riz farcies avec des légumes, de la viande ou du fromage, de la taille d'une petite orange – comme leur nom l'indique²⁰.

Si l'emprunt représente le recours le plus fréquent (*parmigiana*, *caponata*, *insalata di mare*, *arancini*) suivi d'explications pour faciliter la compréhension, des interrogations concernent l'adoption de *insalata di mare* et *capelli*. Or, la première expression, préférée au français « salade de (la) mer » semble employée pour la distinguer, évidemment, des ingrédients siciliens et dans laquelle l'emploi du céleri pourrait paraître insolite (mais n'entrons pas dans la diatribe « persil-céleri » qui occupe les débats culinaires).

Le doute le plus sérieux concerne, au contraire, le produit *capelli*. Des recherches ont été réalisées pour remonter à ce produit, qui n'a évidemment aucun lien avec les « cheveux », ni se rapporte aux pâtes appelées « capelli d'angelo »²¹. Il ne figure ni dans *Le Dizionario Gastronomico* (Zanichelli, Hoepli) ni

¹⁹ *Documento per l'ortografia del siciliano*, Cademia siciliana, 2024, p.15.

²⁰ Dernier accès le 30 mai 2024 à <https://www.miam-ales.com/archives/la-cuisine-sicilienne-un-melting-pot-de-saveurs-et-dinfluenes/3474>.

²¹ « Ces 'cheveux d'ange' sont les plus fines de toutes les pâtes, délicieuses dans les soupes. Agrémenter d'une sauce à la tomate ou à base de crème liquide ». Source: <https://www.dictionnaire-gastronomique.com/c.html> (dernier accès le 30 mai 2024).

dans le *Dizionario Gastronomico Siciliano*. C'est la glose entre parenthèses (« sorte de crêpes ») qui nous suggère des hypothèses validant la possibilité d'une variation lexicale ou dénomminative. Les *crispelle* sont, d'autre part, les équivalents italiens des crêpes (nous n'entrons pas dans le sujet des différences entre les versions) mais rappelons que les *crispelle* ou *crispelle* siciliennes (*crispeddi* en dialecte) sont réalisées en version sucrée ou salée. L'insertion des *crispelle* dans la liste des Produits Agroalimentaires Traditionnels de Sicile est confirmée par le Ministère des Politiques Agricoles.

Si l'intervention du correcteur automatique de textes semble peu probable, une autre hypothèse, moins convaincante, concerne un accident possible de la parole, une erreur de performance à l'écrit ou *lapsus calami* (peu justifié) du mot *panelle* (crêpes de farine de pois chiches, typiques de la ville de Palerme). Ce serait l'aspect extérieur du produit, assez semblable aux crêpes, qui justifie la juxtaposition des deux.

Guides touristiques

La présence du même produit *capelli* dans *Le Routard* - dont nous avons exploité la version en ligne -, nous a davantage interpellé. En regardant de plus près, c'est exactement le même texte qui est (re)proposé par le guide :

En guise d'antipasti on trouve artichauts frits, capelli (sortes de crêpes), parmigiana (un gratin d'aubergine au parmesan), caponata (sorte de ratatouille aux câpres) et l'éternelle insalata di mare, qui fait souvent la part belle au poulpe et au céleri.²²

Si la plupart des guides recourent à l'emprunt sicilien ou à l'équivalent français pour nommer les gastronymes, comme *Lonely Planet Sicile* (2020, 325-329) le prouve, *Le Routard* nous surprend pour des desserts « moins connus » :

[...] les *amaretti* (macarons aux amandes), les *sfinci* à l'anis (sortes de beignets moelleux), le *biancomangiare* (une gelée au lait d'amandes), les *agnelli pasquali* et la *ternello di Sicilia* (nougat aux

²² <https://www.routard.com/fr/guide/a/gastronomie-ou-manger/europe/italie/sicile> (dernier accès le 11 octobre 2024).

pistaches artisanal vendu sur les marchés). À signaler aussi, les étranges *gâteaux votifs ou traditionnels des fêtes religieuses* comme les seins d'Agathe consommés à Catane pour célébrer la sainte... Et puis comment parler des *dolci* sans évoquer les *gelati* (glaces) si réputés et les excellentissimes granites ?

Plus que par les marques énonciatives, typiques du discours évaluatif et épideictique des guides, l'attention est capturée par la « *ternello* » qui fait son apparition pour la première fois dans notre recherche.

C'est encore une fois la clarification entre parenthèses qui nous aide à déchiffrer le produit et à formuler des hypothèses. Les dictionnaires italiens et siciliens et également les publications spécialisées n'enregistrent pas *ternello*. Le mot qui, apparemment, se présente comme un emprunt de genre masculin, précédé par un déterminant féminin renforce notre conviction due à un passage étrange. Deux phénomènes sont susceptibles d'être reconnus dans ce terme. D'une part un emploi hyponyme (la forme italienne *tenerello* étant souvent employée pour du nougat tendre) et d'autre part une possible métathèse (*tenerello* < *ternello*).

Menus de restaurants

Notre examen porte aussi sur des textes qui acquièrent de l'importance au niveau de la traduction interlinguistique et aussi de la migration des peuples et des mots. Il s'agit des cartes de restaurants, dont les propriétaires sont supposés provenir de Sicile, qui offrent de la cuisine de leurs origines. Dans la rédaction de ces menus l'exactitude dans l'expression des noms des plats passe en second plan par rapport aux objectifs de présentation et ventes des produits offerts.

D'après Capatti/Montanari (1999, 248) beaucoup de restaurants italiens à l'étranger emploient une carte, un menu, qui est un pidgin, une espèce de *lingua franca*. Il s'agit d'une langue, remise en question, qui ne s'aligne pas avec la norme (Lubello 2011, 166). La question s'insère dans les études sur les langues en contact des bilingues (dans notre contexte les siciliens émigrés en France).

Nous allons prendre en exemple deux menus dont le vocabulaire a la double fonction de capturer l'intérêt et de transmettre la donnée informative.

Le premier, « La Sicile Authentique »²³ renvoie, dès son nom, à un horizon d'attente bien défini. La cuisine, véritable creuset de plusieurs cultures et traditions, aboutit à des combinaisons à la fois gastronomiques et lexicales. Des exemples de ce mélange sont la « sauce milanaise sicilienne » et le « panettone perdu ».

À l'exception des incontournables plats siciliens, *cajonata*, *arancini*, *cannolo*, *espadon à la sicilienne*, exprimés par des emprunts ou des calques, ce sont encore une fois des variations orthographiques qui prévalent : *canneloni* et *polpetone* reflètent en fait la pratique de simplification des consonnes doubles.

Ce sera le deuxième menu qui suscitera de nombreuses questions et des réflexions plus larges. À l'intérieur du menu « Le sicilien »²⁴, plusieurs remarques sont possibles et parfois susceptibles d'être insérées dans plusieurs classes de variation :

- redoublements de consonnes / calque phonétique sicilien (*parmiggiana*) ;
- cooccurrences plurilingues formées d'un emprunt et d'un mot français (*cotoletta poulet* ; *insalata tomate* ; *insalata roquette* ; *contorno de légumes* ; *patate frite*) ;
- substantifs au pluriel double, obtenu par addition à l'emprunt déjà au pluriel, de la terminaison française – s (*lasagnes*) ;
- adaptations lexico-phonétiques / altérations du mot français (*calamar frit*) ;
- changements orthographiques à valeur sémantique (*entrecôte A-Rosto* ; *penne alla matriciana* au lieu de « arrosto » et « amatriciana »).

La présence constante de ces variations est attestée dans une deuxième version de menu du même restaurant mise à jour et publiée en ligne, sauf pour quelques petits changements de plats (*panzanella* au lieu de la *parmiggiana*)²⁵.

Or, si le recours à l'attribution de ces formes à de possibles fautes et erreurs est éloigné, des hypothèses ont été formulées. Une situation de bilinguisme dont l'influence est évidente (*parmiggiana*, *calamar* au lieu de *calmar*) révélerait l'intention de

²³ <https://www.lasicileauthentique.com/> (dernier accès le 15 juin 2024).

²⁴ https://www.tripadvisor.it/LocationPhotoDirectLink-g187177-d2560505-i364064125-Le_Sicilien-Dunkirk_Nord_Hauts_de_France.html (dernier accès le 09 octobre 2024).

²⁵ <https://www.eat-list.fr/dunkerque-59140/pizza-pizzeria-5/le-sicilien-204702> (dernier accès le 03 octobre 2024).

construction d'un imaginaire sicilien à partir des noms. À cette fin, par exemple, les binômes bilingues opèrent des activités à deux niveaux : transmission de la donnée culturelle et facilitation de la compréhension. Le possible québécisme « patate » (employé au lieu de « pommes de terre ») est à exclure à cause de la localisation en France métropole du restaurant. L'emploi de la forme familière n'étant pas courant dans les menus de restaurants, le mot s'expliquerait par l'usage italien qui crée, toutefois, une combinaison morphologiquement inexacte.

Sites web

Le site web « Sicilyas.fr » proposant des itinéraires et des parcours, consacre une page à la « cuisine sicilienne » dans laquelle on peut lire :

[...] le Pecorino Rosso [...] sardines de Beccafico [...] les Bracioline di Messina ou encore la pizza fritte [...] les Panelle ou le pain (*la Vastedda*) avec la rate, qui se mélange à un large choix de rôtisserie miniature avec les petites Calzones [...] Les Rollo' viennent de la ville de Caltanissetta à base de génoise au chocolat, ricotta et pâte d'amande. De Palerme et Trapani sont préparés les fruits de Martorana²⁶.

Les gastronymes dans ce texte sont soumis à des traitements différents au niveau de la traduction et de la transmission des données culturelles. Des variations sémantiques et orthographiques y sont encore détectées, ainsi que des retours de pluralisation (*calzones*), des accords incorrects (pizza fritte).

Notre attention se pose, en premier, sur l'utilisation abondante de la préposition « de » (dans un cas en italien « di »), dans au moins trois gastronymes (sardines de Beccafico, Bracioline di Messina, fruits de Martorana), avec un emploi variable de la lettre majuscule pour les italianismes. Les « sarde a beccafico », selon la dénomination originaire, où la préposition italienne « a » n'indique que le mode de préparation en rouleaux farcis, sont devenus « de Beccafico » laissant penser à la provenance de quelque (inexistant) endroit (la majuscule en valide l'hypothèse) plutôt qu'à l'oiseau (*beccafico-fauvette*)

²⁶ <https://sicilyas.fr/guide/cuisine> (dernier accès le 27 avril 2024)

consommé dans le passé par les nobles siciliens et ensuite remplacé par les poissons.

Il faut ajouter qu'à propos de ce mets la didascalie de l'image cite « Sardines au Beccafino » (avec un processus qui suggère un ingrédient d'amalgame ou des modalités de cuisson). De même, la mention placée en bas de page, de la source des images, cite « Brochettes de sardines au beccafico », où le changement de la préposition suggère la technique de préparation ou l'ingrédient additionné.

De plus, la préposition « de » est employée pour indiquer la provenance des « bracioline » de la ville de Messina. Pour cette collocation gastronomique, rapportée sous forme d'emprunt, l'emploi du diminutif italien « bracioline » au lieu du plus commun « braciolo » résulte d'une modification subjective. Les entrées *bracioli*, *braciola*, *braciulettu*, *braciulittini* figurent dans le dictionnaire sicilien de Vincenzo Mortillaro (1838, 116) et *braciola/bruciola* sont attestées dans le vocabulaire de Antonio Traina (1868, 126-128).

Les *Panelle*, dont nous avons déjà parlé, citées avec la conjonction disjonctive « ou » finissent par être incluses dans la catégorie des produits de boulangerie comme le pain et perdent complètement leur identité (au niveau de la matière – les pois chiches – et de la cuisson – friture).

Blogs (de voyages)

Voyagitude est le site d'un blogger qui se fait connaître sous le pseudonyme « emdé » (minuscule dans le texte)²⁷.

Par rapport aux documents analysés ci-dessus, un blog se distingue par une subjectivité dont la langue n'est qu'un reflet et le style de rédaction prend un caractère tout à fait personnel. Un blog de voyage, qui d'un côté pourrait rappeler les anciens journaux de voyage, d'un autre côté révèle les caractères d'un journal intime écrit pour un public de voyageurs, internautes ou lecteurs curieux.

²⁷ <http://www.voyagitudes.net/2020/03/sicilia-diario-de-viaggio/sicile-carnet-de-voyage.html> (dernier accès le 19 avril 2024).

Voyagitude est un récit illustré, avec des dessins faits par l'auteur – qui représentent le trait caractéristique du site – d'un voyage en Sicile en 2017. Une espèce de journal à la manière des voyageurs pittoresques du Grand Tour mais en format numérique.

L'hypertexte attire notre attention pour les didascalies en langue française avec de petites insertions en italien qui s'avèrent intéressantes au niveau de la dénomination de la nourriture. C'est juste l'apport personnel qui prévaut dans ce blog qui reste, somme toute, un journal intime même dans ses discours alimentaires.

Outre le « chocolat solide » pour indiquer le « chocolat chaud », « *cioccolata calda* » (la tasse remplie de chocolat fondu, pour se réchauffer sur l'Etna), et le recours à quelques emprunts (*al dente*, *bruschetta*, *pizza*, *cicirello* (poisson), *misto caldo*, *calamari fritti*) ou des adaptations (« un sandwich à la glace » pour « la brioche con gelato »), nous observons deux éléments en particulier : « *caffè longho* » et « les fragolas ». Si les dessins n'amènent pas de doutes sur la nature des produits (café et fraises), l'orthographe nous interroge. La collocation « *caffè longho* » semble s'expliquer par des raisons phonétiques. L'émetteur voulant reproduire la prononciation italienne de la vélaire [g] utilise le digramme -gh- pour ne pas encourir dans la palatalisation de [j].

Les *fragolas* (fraises) représenteraient un mélange entre emprunt avec un processus de pluralisation – par l'ajout d'un -s – à l'italien *fragola*. Alors que des entrées semblables – par exemple *raviolis*, *lasagnes* - résultent lemmatisées, *fragolas* devient une création fantaisiste.

Toujours dans le domaine du voyage, un autre type de blog est « *Italie-blog.com* », vitrine des régions italiennes et de leurs spécialités. Tout en étant un site professionnel, le rapport avec le lecteur est plus direct (les déictiques de personne et l'emploi du discours direct en témoignent). Il alterne des emprunts italiens et siciliens avec des traductions.

L'attention est capturée par le passage suivant :

La nourriture semble omniprésente en Sicile et vous verrez de nombreux habitants manger des *Arrancini* et autres spécialités au bar ou dans la rue avant même le repas. Ces boulettes de riz farcies et frites rondes et triangulaires sont délicieuses quand elles viennent d'être confectionnées. Les *arrancini di riso* tirent leur nom de leur vague ressemblance avec l'orange. Les *arrancini* (ou *arrancinè*) sont typiques de Messine et de Palerme, mais ils ont été adoptés dans toute la Sicile. Une légende clame que cette spécialité sicilienne est due aux religieuses des couvents. Le folklore [sic] raconte que les *arrancini* proviendraient de riches demeures siciliennes. [...] ²⁸

Le gastronome héros de ce passage est présenté dans les cinq occurrences (si l'on compte aussi la forme au féminin) avec un double « r ». Ces répétitions, qui ne font pas songer à des fautes (de frappe) nous questionnent sur la cause d'une possible gémination consonantique typique de plusieurs mots siciliens (*arrancitusu, arrancari*). La didascalie en sicilien qui accompagne l'image « Arancinu sicilien à la viande » nie la gémination comme forme lexicalisée du mot.

Le même site se signale pour d'autres emplois intéressants :

Des soupes peuvent également être au menu comme le *Maccu*, une soupe paysanne sicilienne à base des pois cassés ou de fèves (les Romains ont apporté les légumineuses en Sicile). La soupe de pousses de courgette serpent (*ministra di tinirumi*) est aussi appréciée. Le 13 décembre, les siciliens mangent la *cucci di Santa Lucia [sic]*, une soupe de blé et légumes secs en hommage à Sainte Lucie ²⁹.

Dans ce passage le choix de l'emploi de gastronomes en sicilien souligne l'attention pour le terroir et son identité linguistique. L'emploi avec un M majuscule de *Maccu*, laisserait penser à un nom, alors que l'orthographe *cucci* au lieu de *cuccia* comporte une inexactitude au niveau de la dénomination et une équivoque quant à sa composition qui suggère une appartenance aux soupes salées plutôt qu'aux desserts dont elle fait partie.

Résultats et observations finales

²⁸ [https://www.italie-blog.com/gastronomie/cuisine-sicilienne/#:~:text=Des%20soupes%20peuvent%20%C3%A9galement%20%C3%AAtre,di%20tinirumi\)%20est%20aussi%20appr%C3%A9ci%C3%A9e%20](https://www.italie-blog.com/gastronomie/cuisine-sicilienne/#:~:text=Des%20soupes%20peuvent%20%C3%A9galement%20%C3%AAtre,di%20tinirumi)%20est%20aussi%20appr%C3%A9ci%C3%A9e%20) (dernier accès le 25 avril 24)

²⁹ *Ibidem*

Nous avons regroupé dans les tableaux suivants les phénomènes les plus récurrents, à l'aide d'exemples provenant d'autres sources. Un tableau consacré aux résultats de la traduction automatique est enfin ajouté pour alerter sur des risques possibles.

Variations orthographiques

IT	FR	Source
Sambuco/a	Sambucco	M. Du Camp
Cannelloni	Canneloni	Menu
Polpettone	Polpetone	Menu
Parmigiana	Parmiggiana	Menu
Arrosto	A - Rosto	Menu
Cuccia	Cucci	Site web
Arancini/arancine	Arrancini /arrancine	Blog
Una volta ho mangiato un cannolo grosso così!	J'ai mangé une fois un canoli aussi gros.	Dictionnaire <i>Reverso</i>
«Conosci quel ristorante dall'altra parte della strada... che serve gli arancini? »	Le petit restaurant de l'autre côté de la rue... sert des arraccinos.	Dictionnaire <i>Reverso</i>

Variations sémantiques

«Che ha rubato lei stavolta? Una scatoletta di caponatina?»	Vous avez volé une boîte de ratatouille ?	Film <i>Johnny Stecchino</i> version française
Arancini filanti con tonno e mozzarella	Croquettes au riz, thon et mozzarella	Dictionnaire <i>Reverso</i>
Arancini con formaggio di capra	Boule de riz au fromage de chèvre	Dictionnaire <i>Reverso</i>
«Dall'alto della mia intelligenza, propongo un bel cannolo al cioccolato»	Sans mobiliser mon cerveau, je dirais des petits pains	Sous-titres de films/séries (Dictionnaire <i>Reverso</i>)
Parmigiana di melanzane	Parmesan d'aubergine ³⁰	Site de locations villas pour vacances ³¹
Pasta con le sarde	Pasta avec les sardes ³²	Site de location maisons de vacances ³³

³⁰ Le célèbre *parmesan* change complètement sa nature et ses ingrédients de base pour une invention culinaire à base d'aubergines.

³¹ <https://www.villatravellers.com/fr/blog/les-meilleurs-plats-siciliens> (dernier accès le 02 septembre 2024).

³² « Poisson de la famille des Scombridés appelé aussi bonite ou pélamide ». Les sardes représentent, donc, une autre espèce ichthyologique. Source <https://www.cnrtl.fr/definition/sarde> (dernier accès le 27 juin 2024).

Sarde a beccafico	Sardines au Beccafico/Beccafino	Site d'itinéraires
<crepelle> (?)	Capelli	Brochure Guide touristique
<torrone> (?)	Ternello	Guide touristique

Variations diachroniques

IT	Ancien /Moyen Français	Français Moderne	Source
Minestra	Menestre	(soupe-potage)	J.B. Labat
Pesce spada	Poisson à épée	(espadon)	Ibidem
Melanzana	Melongene	(aubergine)	Ibidem

Variations phonologiques

Finocchio	Fenochio	J.B. Labat
Calamari	Calamar	Menu
Caffé lungo	Caffé longho	Blog

Variations lexicales

Pasta alla Norma	Les pâtes à norma alla messinese	Blog de cuisine ³⁴ (Italie)
	Pâtes alla Norma à la sicilienne	Site de commerce électronique ³⁵
Ciocolata calda	Chocolat solide	Blog

Adaptations

Caponata	Ratatouille à l'italienne Ratatouille sicilienne	Produits Mutti Blog Ptitchef / Blog Josée di Stasio (Canada) ³⁶
Pasta con le sarde	Pâtes aux sardines	Site de location maison e villas de vacances ³⁷
Sarde a beccafico	Sardines farcies à la sicilienne	Magazine <i>Marie Claire</i> ³⁸

³³ <https://locationensicile.fr/gastronomie-sicilienne/> (dernier accès le 02 septembre 2024).

³⁴ <https://www.sicilianicreativiincucina.it/la-pasta-alla-norma/?lang=fr> (dernier accès le 03 septembre 2024).

³⁵ <https://www.hagengrote.fr/hagen-grote/p/pates-alla-norma-a-la-sicilienne> (dernier accès le 04 septembre 2024).

³⁶ <https://www.joseedistasio.ca/recettes/caponata/> (dernier accès le 05 septembre 2024).

³⁷ <https://www.posarellivillas.fr/>; <https://www.villatravellers.com/fr/blog/les-meilleurs-plats-siciliens> (dernier accès le 05 septembre 2024).

Variations morphosyntaxiques

Typologie	IT	FR	Source
Modification Genre	Lo sfincione (m.s)	La sfincione	Tour opérateur et Site de locations villas ³⁹
Ellipses	Braciolo messinesi Sfincione palermitano	Messine Braciolette Sfincione Palerme	Blogs de cuisine
Formation du pluriel	Fragole (f.p.) Calzoni (m.p.)	Les fragolas Les calzones	Blog Menu
Double pluriel	Spaghetti (m.p.) Lasagne (f.p.)	Spaghettis Lasagnes	Menu
Transposition de parties de discours	Arrosto	A-Rosto	Menu
Changement de préposition	Sarde a beccafico	Sardines de Beccafico	Site web

Traduction automatique

Busiate alla Norma	Busiate à la norme	Google translate https://www.palazzodelgolfo.com/
Sfinci di San Giuseppe	Les Sphinx de San Giuseppe	Google translate https://www.palazzodelgolfo.com/
Cannolo scomposto	Cannoli décomposés Canule décomposée	My Memory
Sarde a beccafico	Sardes à la Beccafico	Site de louange https://www.palazzodelgolfo.com/

Notre recherche révèle que si l'emprunt a la part belle, des formes variantes non standardisées se rencontrent souvent.

En raison des incompatibilités lexicales, sémantiques, syntaxiques entre les systèmes linguistiques italien/sicilien et français, elles interviennent dans la traduction ou à l'initiative personnelle du locuteur.

³⁸ <https://www.marieclaire.fr/cuisine/sarde-a-beccafico-sardines-farcies-a-la-sicilienne,1473975.asp> (dernier accès le 05 octobre 2024).

³⁹ <https://generationvoyage.fr/specialites-sicile/>; <https://www.villatravellers.com/fr/blog/les-meilleurs-plats-siciliens> (dernier accès le 26 avril 2024)

Les variations repérées, parfois difficiles à classer dans une seule typologie, concernent, dans la plupart des cas, l'orthographe (ellipses, additions, redoublement), la sémantique (changements, modulations, remplacements), la morphosyntaxe (modifications de structures, transpositions), mais il est fréquent de rencontrer des formes qui varient dans la phonétique ou qui représentent des adaptations au système d'arrivée pour mieux répondre aux goûts ou aux attentes culturelles du public.

Les tableaux mettent aussi en évidence le poids des interférences entre les systèmes qui peuvent mener à des changements dans la dénomination des produits et également dans leur perception. Certaines traductions modifient complètement le sens original des termes, d'autres altèrent l'aspect ou la composition des plats, d'autres encore, comme les traductions automatiques, peuvent engendrer des incohérences.

La variation peut, donc, provoquer des équivoques, distinguer la voix finale de l'unité de départ, suggérer des fautes ou erreurs, faire réfléchir sur les opérations de transculturation. Au même temps elle met l'accent sur des facteurs qui interviennent au niveau de la langue et de la traduction, telles que l'impact culturel, l'évolution temporelle ou les tendances (des plats traditionnels peuvent être renommés pour s'adapter aux goûts modernes, par exemple).

En définitive, les exemples pris en compte confirment la pertinence de notre proposition du mot « gastyronyme » pour souligner l'identité des produits dans leurs dénominations. Ils dénotent un processus qui est en évolution mais expriment, au même temps, la valeur du transfert culturel afin de préserver l'authenticité des plats traditionnels et leur lien au terroir.

Bibliographie

Corpus

- Du Camp, Maxime (2011), *Expédition des Deux-Siciles* [1861], éd. Intégrale sous la dir. de M.G. Adamo, Moncalieri, CIRVI.
- Labat, Jean-Baptiste (1730), *Voyages du P. Labat de l'ordre des FF. Prêcheurs en Espagne et en Italie*, tome V, Paris, Delespine.
- Brochure *La Sicile - Salon de la gastronomie et des produits du terroir*, Alès, 2022.
- Le Routard (2024), *La Sicile*, <https://www.routard.com/fr/guide/a/gastronomie-ou-manger/europe/italie/sicile> (dernier accès le 10 octobre 2024).
- Menu de restaurant « La Sicile authentique » (Marseille).
- Menu de restaurant « Le sicilien » (Dunkeque).
- Site web opérateur touristique « Sicilyas.fr » <https://sicilyas.fr/guide/cuisine> (dernier accès le 25 avril 2024).
- Blog « Voyagitude », <http://www.voyagitudes.net/2020/03/sicilia-diario-de-viaggio/sicile-carnet-de-voyage.html> (dernier accès le 19 avril 2024).
- Blog « Italie-blog.com » (dernier accès le 25 avril 2024).

Monographies

- Blanche-Benveniste, Claire (1990), *Le français parlé. Études grammaticales*, Paris, CNRS Editions.
- Boutet, Josiane (1997), *Langage et société*, Paris, Seuil.
- Boutaud, Jean-Jacques (2005), *Le sens gourmand. De la commensalité, du goût, des aliments*, Paris, Jean Paul Rocher
- Busbecq, Ogier Ghislain (1646), *S. Ambassades et voyages en Turquie et Amasie de M. Busbecquius* [1522-1591], trad. du lat. par S. Gaudon, Paris, P. David.
- Capatti, Alberto, Montanari, Massimo (1999), *La cucina italiana. Storia di una cultura*, Roma/Bari, Laterza.
- Chaudenson, Robert, Mougeon, Raymond, Beniak Edouard (1993), *Vers une approche panlectale de la variation du français*, Paris, Didier.
- Coseriu, Eugenio (1969), *Einführung in die strukturelle Linguistik*, Tübingen, Narr.
- Gadet, Françoise (2003), *La variation sociale en français*, Paris, Ophrys.

Labadessa

- Girod, Louis (2024), *Petits plats comme en Sicile*, Vanves, Marabout.
- Hrdlička, Milan (2003), *Literární překlad a komunikace*, Praha, ISV nakladatelství.
- Jouvin de Rochefort, Albert (1676), *Le voyageur d'Europe*, Paris, Barbin.
- Kufnerová, Zlata (2009), *Čtení o překládání*. Jinočany, H&H.
- Labov William, *The social stratification of English in New York City*, Washington DC, Centre for Applied Linguistics, 1966.
- L'Homme, Marie-Claude (2004), *La terminologie : principes et techniques*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- Martellotti, Anna (2005), *I ricettari di Federico II. Dal "Meridionale" al "Liber de coquina"*, Firenze, Olschki.
- Podeur, Josiane (2002), *La pratica della traduzione*, Napoli, Liguori.
- Ead. (2008), *Jeux de traduction*, Napoli, Liguori.
- Revel, Jean-François (1979), *Un festin en paroles. Histoire littéraire de la sensibilité gastronomique*, Pauvert, 1979.
- Sergi, Christina (1988). *La cuisine sicilienne telle que la faisait ma mère*. Canada, Libre expression.
- Terracini, Benvenuto (1996). *Conflitti di lingue e di cultura*. Torino, Einaudi.
- Tuzet, Helène (1988), *Viaggiatori stranieri in Sicilia nel XVIII secolo*, Palermo, Sellerio.
- Valenti, Iride (2011), *Gallicismi nella cultura alimentare della Sicilia*, Palermo, Centro Studi Filologici e Linguistici Siciliani, coll. Materiali e Ricerche dell'ALS, 25.
- Weinreich, Uriel (1968), *Languages in contact. Findings and problems [1953]*, The Hague, Paris, New York, Mouton Publishers.

Mémoires et thèses

- Daille B. (2002). *Découvertes linguistiques en corpus*. Habilitation à diriger des recherches, Université de Nantes.
- Carreño, Cruz, Sahara, Iveth (2004), *Analyse de la variation terminologique en corpus parallèle anglais-espagnol et de son incidence sur l'extraction de termes bilingue*. Mémoire de maîtrise présenté à la Faculté des études supérieures, Université de Montréal, Canada.
- Guérin, Olivia (2011), *Nomination et catégorisation des realia exotiques dans les récits de voyage (Afrique Noire, de la fin du XVIII^e siècle à 1960) : une approche sémantico-discursive*, Université Paris III-Sorbonne Nouvelle.

Volumes collectifs et actes de colloque

- Grutschus, Anke (2016), *La variation linguistique comme problème de traduction*, in Jörn Albrecht and René Métrich (éd.) *Manuel de traductologie*, Berlin, Boston, De Gruyter, pp. 573-588.
- Gudrun Ledegen, Isabelle Leglise (2013), *Variations et changements linguistiques*, in Wharton S., Simonin J. (eds), *Sociolinguistique des langues en contact*, Lyon, ENS Editions, pp. 315-329.
- Gueunier, Nicole (1998), *Brumes sur la sociolinguistique*, in Jacqueline Billiez (éd.), *De la didactique des langues à la didactique du plurilinguisme*, Grenoble, CDL-LIDILEM, pp. 175-178.
- Jacquemin, Christian (1999), *Syntagmatic and Paradigmatic representations of Term Variation*, in Proceedings of 37th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (ACL, 99), University of Maryland, pp. 341-348.
- Lubello, Sergio (2011), *Gastronomi e deonomastica : 150 anni d'Italia in cucina* in Paolo D'Achille, Enzo Caffarelli (a cura di), *Lessicografia e onomastica nel 150 anni dell'Italia unita*. Atti delle Giornate internazionali di Studio, Università Degli Studi Roma Tre, 28-29 ottobre 2011, Quaderni Internazionali di RION 4, Roma, SER.
- Milroy, James, Milroy, Lesley (1978), *Belfast : Change and Variation in an Urban Vernacular*, in Peter Trudgill (éd.), *Sociolinguistic Patterns in British English*, London, Arnold, pp. 19-36.
- Tartier, Annie (2006), *Variation terminologique et analyse diachronique*, in Piet Mertens, Cédric Fairon, Anne Dister, Patrick Watrin (éd.), *Verbum ex machina*. Actes de la 13^e conférence sur le traitement automatique des langues naturelles (TALN 2006), vol. 2, UCL Presses Universitaires de Louvain, pp. 347-356.

Articles

- Berman, Antoine (1985), *La traduction comme épreuve de l'étranger*, « Texte », n. 4, 1985, pp. 67-81.
- Bogni Teguaia (2015), *La gastronymie camerounaise*, « Revue Roumaine d'Études Francophones », 7, pp. 112-136
- Boutet, Josiane, Gadet, Françoise (2003), *Pour une approche de la variation linguistique*, « Le Français aujourd'hui », vol. 4, n. 143, pp.17-24.
- Colas-Blaise, Marion (2013), *Du mot à la bouche : quand la nourriture fait signe*, « Degrés: revue de synthèse à orientation sémiologique », n. 113, pp. c1-c16, Helbo.
- Freixa, Judit (2006), *Causes of denominative variation in terminology. A typology proposal*, « Terminology » vol. 12, n. 1, pp. 51-77.

Giaufret, Anna, Rossi, Micaela (2018), *La création collective de gastro-néonymes sur les réseaux sociaux. Le cas de l'anglais, du français et de l'italien*, «Éla. Etudes de Linguistique appliquée », vol.4, n. 192, pp. 435-446.

Dictionnaires

Dictionnaire de l'Académie Française (1694), Paris, Coignard.

Dico en ligne Le Robert, <https://dictionnaire.lerobert.com/fr/> (dernier accès le 28 septembre 2024).

Dictionnaire Larousse, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue/> (dernier accès le 28 septembre 2024).

Dizionario Gastronomico, Hoepli, 1994.

Dizionario Gastronomico, Zanichelli, 2010.

Dictionnaire Reverso, <https://dizionario.reverso.net/> (dernier accès le 10 octobre 2024).

Furetière, Antoine, Basnage de Beauval, M., Brutel De la Rivière, M. (1727), *Dictionnaire universel contenant tous les mots françois, tant vieux que modernes, et les termes des sciences et des arts*, vol. 3, La Haye.

Godefroy, Frédéric (1888), *Dictionnaire de l'ancienne langue française et de tous ses dialectes du IX^e au XV^e siècle*, tome V, Paris, F. Vieweg.

Lauricella, Giuseppe (2024), *Mizzica! Dizionario Gastronomico siciliano*, Roma, Topic.

Ménage, Gilles (1750), *Dictionnaire étymologique de la langue française*, vol. 2, Paris, Briasson, 1750.

Nicot, Jean (1606), *Thresor de la langue Francoyse, tant ancien que moderne*, Paris, Douceur

Mortillaro, Vincenzo (1838), *Nuovo dizionario siciliano-italiano*, Palermo, Tip. del Giornale letterario.

Traina, Antonino (1868), *Nuovo vocabolario siciliano-italiano*, Palermo, Lauriel.

Ressources numériques

Bogni, Tegua (2024), *Taste power et découvrabilité: Comment positionner les cuisines africaines sur internet*, «Leconomie.info », le 13 juin 2024, <https://leconomie.info/taste-power-et-decouvrabilite-comment-positionner-les-cuisines-africaines-sur-internet/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Bogni, Tegua (2023), *Koki ou kekua, la papillote végétale qui divise les Camerounais*, « Jeune Afrique », le 2 avril 2023, <https://www.jeuneafrique.com/1432227/culture/koki-ou-kekua-la-papillote-vegetale-qui-divise-les-camerounais/> (dernier accès le 30 avril 2024).

Colliander, Peter (2017), *Aspekte der Aussprache von fremden und Fremdwörtern, « hauptsächlich am Beispiel von Gastronomen*. GFL – German as a foreign language », n. 2, pp. 28-37, <http://www.gfl-journal.de/2-2017/colliander.pdf> (dernier accès le 10 avril 2024).

Documento per l'ortografia del siciliano (2024), <https://cademiasiciliana.org/> (dernier accès le 01 octobre 2024)

Meslin Jeanne, *L'auto-traduction comme forme d'auto-variation chez Nancy Huston : l'exemple de Plain-song (Cantique des plaines) et de L'Empreinte de l'ange (The Mark of the Angel), Fabula / Les colloques*, in Anne Besson, Alain Boillat, Matthieu Letourneux (dir) *Auto-variations, Variantes. La déclinaison des possibles comme objet de la recherche*, <http://www.fabula.org/colloques/document11829.php> (dernier accès le 03 octobre 2024).

Contributions présentées aux colloques

Altmanova, Jana (2024), *Les mots nouveaux de la gastronomie durable en italien et en français. Le nuove parole italiane e francesi della gastronomia sostenibile*. Communication présentée à la Journée d'études «Quando la lingua si fa ambasciatrice di un "terroir", del territorio e della sua cultura culinaria. Quand la langue se fait ambassadrice d'un terroir et de sa culture culinaire », Università degli Studi di Viterbo, 20 settembre 2024.

Pfau Jacquet, Christine (2024), *Les nouvelles pratiques gastronomiques au prisme des néologismes. Le nuove pratiche gastronomiche attraverso il prisma dei neologismi*. Communication présentée à la Journée d'études «Quando la lingua si fa ambasciatrice di un "terroir", del territorio e della sua cultura culinaria. Quand la langue se fait ambassadrice d'un terroir et de sa culture culinaire », Università degli Studi di Viterbo, 20 settembre 2024.

Sitografie

<https://www.cnrtl.fr/> (dernier accès le 21 août 2024).

<https://www.dictionnaire-gastronomique.com> (dernier accès le 30 mai 2024).

<https://www.etimo.it> (dernier accès le 02 septembre 2024).

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Koki> (dernier accès le 30 avril 2024).

Labadessa

- <https://generationvoyage.fr/specialites-sicile/> (dernier accès le 26 avril 2024).
- <https://www.hagengrote.fr/hagen-grote/p/pates-alla-norma-a-la-sicilienne> (dernier accès le 04 septembre 2024).
- <https://www.joseedistasio.ca/recettes/caponata/> (dernier accès le 05 septembre 2024).
- <https://www.lasicileauthentique.com> (dernier accès le 15 juin 2024).
- <https://locationensicile.fr/gastronomie-sicilienne/> (dernier accès le 02 septembre 2024).
- <https://www.marieclaire.fr/cuisine/sarde-a-beccafico-sardines-farcies-a-la-sicilienne,1473975.asp> (dernier accès le 05 octobre 2024).
- <https://www.palazzodelgolfo.com/> (dernier accès le 30 septembre 2024).
- <https://www.posarellivillas.fr/> (dernier accès le 05 septembre 2024).
- <https://sicilyas.fr/guide/cuisine> (dernier accès le 27 avril 2024).
- <https://www.sicilianicreativiincucina.it/la-pasta-alla-norma/?lang=fr> (dernier accès le 03 septembre 2024).
- <https://www.villatravellers.com/fr/blog/les-meilleurs-plats-siciliens> (dernier accès le 05 septembre 2024).

Références filmographiques

Benigni, Roberto (1991), *Johnny Stecchino*, Italia.

Nota biografica

Paola Labadessa est chargée de recherche en linguistique et traduction françaises au Département de Sciences Politiques et Juridiques de l'Université de Messine. Ses intérêts scientifiques concernent les transferts culturels et linguistiques français-italiens (notamment dans le domaine de l'odéporique) et l'enseignement du FLE. Elle est membre de sociétés universitaires et du réseau de recherche et groupe « Imago-Trad. Translation-Tradition-Transmission ».

plabadessa@unime.it

Come citare questo articolo

Labadessa, Paola (2024), *Sur la variation terminologique et traductologique de quelques gastronymes siciliens dans un corpus de textes touristiques en langue française*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 49-80.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

MIGRATIONS GASTRONOMIQUES ET LEXICOGRAPHIQUES
LES NOMS DE FROMAGES ITALIENS AU PRISME D'INTERNET ET DES DICTIONNAIRES

Stella Mangiapane

Le présent article a pour objet d'analyser le phénomène de la migration des mots de la gastronomie italienne dans le lexique français en se concentrant en particulier, d'une part, sur les noms des fromages italiens et, de l'autre, sur leur présence dans la nomenclature des dictionnaires monolingues français et bilingues français - italien/italien - français. Il sera ainsi possible d'observer l'intégration dans la langue-culture française de certaines *realia* italiennes et des mots qui les dénomment ainsi que, dans certains cas, les temps et les modes de cette intégration.

Mots-clés

Migrations ; Lexique ; Fromages italiens ; Internet ; Dictionnaires

GASTRONOMIC AND LEXICOGRAPHICAL MIGRATIONS
THE NAMES OF ITALIAN CHEESES THROUGH THE PRISM OF INTERNET AND DICTIONARIES

The aim of this article is to analyse the phenomenon of the migration of words from Italian gastronomy into the French lexicon, focusing in particular on the names of Italian cheeses on the one hand, and on their presence in monolingual French and bilingual French - Italian/Italian - French dictionaries on the other. It will thus be possible to observe the integration into the French language-culture of certain Italian *realia* and the words that name them, as well as, in certain cases, the times and modes of this integration.

Keywords

Migrations; Lexicon; Italian cheeses; Internet; Dictionaries

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21129>

MIGRATIONS GASTRONOMIQUES ET LEXICOGRAPHIQUES

LES NOMS DES FROMAGES ITALIENS AU PRISME D'INTERNET ET DES DICTIONNAIRES

Stella Mangiapane

Introduction

Migrer. Selon le *Dictionnaire historique de la langue française* Le Robert (dorénavant *DHLF*), ce verbe « est un emprunt tardif (1876) au latin *migrare* ; d'abord employé au sens particulier de “se déplacer par une action physique” (en parlant d'un corps liquide, d'un fluide), il a pris sa valeur courante “effectuer une migration” (1934) » (Rey 2006, 2234). Le substantif « migration », en revanche, est entré dans le lexique français plus anciennement : le mot est « emprunté (1531) au latin *migratio* “passage d'un lieu à un autre”, dérivé de *migrare* “s'en aller d'un lieu, changer de résidence, sortir” [...]. Dès le XVI^e s., *migration* a le sens de “déplacement d'une population qui quitte un pays pour un autre” » (*ibidem*). La migration des peuples est un phénomène qui appartient à l'histoire de l'humanité depuis très longtemps et dont la complexité dépasse certainement les définitions que proposent les dictionnaires. Le sème principal du verbe et du nom, du fait de la dérivation étymologique des deux termes, est celui du « déplacement » et leur sens, d'après la définition qu'en est donnée, n'inclut pas le sème de la « rencontre ». Pourtant, migrer c'est toujours rencontrer l'Autre et permettre à l'Autre de nous rencontrer. Comme les peuples, ou plutôt avec les peuples, les mots migrent aussi. Les chemins de leur migration ne sont pas nécessairement toujours ceux empruntés par des individus ou des masses à la recherche de nouveaux lieux à habiter mais parfois, aussi, ceux de la littérature, des voyages, du commerce, des médias traditionnels ou des différentes formes de communication par les nouveaux médias nés à l'ère du digital :

La mondialisation de l'information et les grands mouvements du tourisme, en rétrécissant le monde, rendent toutes les langues plus poreuses ; ces emprunts sont justifiés par la nécessité de désigner les choses qui viennent de loin et qui restaient ignorées. C'est un rapprochement entre les peuples et entre les langues car ces mots, généralement non assimilés, deviennent des **mots universels**¹. (Rey et Rey-Debove 2025, XV)

¹ En gras dans le texte.

L'un des éléments auxquels les gens qui migrent sont le plus attachés est la culture gastronomique d'origine. Ce sont les saveurs de l'enfance et de la famille qu'on emporte avec soi ; continuer à les intégrer dans sa propre vie quotidienne contribue à maintenir vivant le lien avec ses propres racines. Si la langue est une patrie, comme l'affirmait Albert Camus, la gastronomie l'est aussi, en quelque sorte, et les deux sont intimement liées. Avec le transfert d'éléments appartenant à une culture gastronomique, les mots qui les dénomment "s'en [vont eux aussi] d'un lieu, chang[ent] de résidence, sort[ent]", pour ainsi dire. Ils n'abandonnent pas évidemment leur pays d'origine, comme le font les peuples, mais ils entrent dans l'usage d'autres locuteurs, ceux de la culture d'accueil. Dans la plupart des cas, les noms des produits ou des plats typiques d'une société donnée sont intraduisibles² mais cela ne les empêche pourtant pas de faire leur entrée dans le lexique d'une langue étrangère en tant qu'emprunts. En migrant, ces mots rencontrent une langue autre, son système phonétique et morphosyntaxique, et cette rencontre n'est pas sans laisser des traces. Avec le temps, les dictionnaires enregistrent leur présence dans le système lexical de la langue étrangère ainsi que les inévitables procès d'intégration qui les marquent.

Ce travail entend donc enquêter le phénomène de la migration des mots de la gastronomie italienne dans le lexique français en se concentrant en particulier, d'une part, sur les noms des fromages italiens pour les raisons qui seront données au paragraphe suivant, et, de l'autre, sur leur présence dans les dictionnaires monolingues français et bilingues français-italien/italien-français. Il sera ainsi possible d'observer l'intégration dans la langue-culture française de certaines *realia* italiennes et des mots qui les désignent ainsi que, dans certains cas, les temps et les modes de cette intégration.

Fromages d'Italie : qu'en pensent les Français ?

L'Italie possède une très grande variété de fromages³, dont beaucoup sont le produit de traditions régionales fortement enracinées dans les différents territoires. Au fil du temps, certains éléments de la production fromagère italienne sont entrés dans la culture

² Voir à ce propos Podeur 2008, 53-70.

³ On en compte entre 450 et 500.

gastronomique française. Il suffit de naviguer sur Internet et d’entrer dans quelques-uns des sites français consacrés aux fromages pour lire des phrases comme celle-ci :

Les fromages italiens occupent une place de choix dans nos cœurs. Il faut dire qu’au vu de l’immense variété de fromages que l’Italie comporte, il est bien difficile de ne pas en trouver à son goût ! Certains, tels que la mozzarella ou le parmesan font tout simplement partie de l’alimentation quotidienne de beaucoup d’entre nous⁴.

Cela ne semble pas créer de conflits entre les traditions fromagères séculaires qui font la fierté des deux pays :

En juin 2020, l’Italie comprenait 53 fromages ayant reçu une AOP ou AOC. À la même date, la France en avait... 54. Qui a dit que nous avons le monopole absolu en matière de fromages ?⁵

Plusieurs fromages italiens sont disponibles sur le marché français par le biais des pratiques commerciales traditionnelles (épicerie fine, supermarchés) ou du commerce électronique. Quant à leurs noms, ils sont entrés, par conséquent, dans l’usage des consommateurs français.

En tapant dans Google les mots-clés “les fromages italiens”, comme le ferait en France un internaute commun pour s’informer à ce sujet, les deux premiers résultats proposés par le moteur de recherche conduisent à deux sites français : laboxfromage.fr/, qui commercialise des produits laitiers, et quiveutdufromage.com/, qui est en revanche un site-vitrine. Les deux présentent dans leurs blogs plusieurs articles d’information sur les procédés de fabrication, les caractéristiques des différents produits, les recettes etc., et consacrent chacun un article à la production fromagère italienne. Le premier site propose *Le grand panorama des fromages italiens* avec une liste de vingt-sept fromages, suivie d’une description des « fromages italiens les plus appréciés » qui se limite à sept produits parmi ceux mentionnés dans la liste, répartis par catégories : « crémeux » (« le gorgonzola », « la burrata », « le mascarpone »), « frais » (« la mozzarella di buffala » (sic), « la ricotta ») et « secs » (« le parmigiano reggiano ou “grana” », « le pecorino »). Le second présente un

⁴ *Le grand panorama des fromages italiens*, <https://laboxfromage.fr/blog/fromage-italien/>.

⁵ *Ibidem*. La source citée dans le site est “Statista”. Quand on va au lien actif dans la page du blog, on peut lire les données mises à jour le 23 février 2024 : cinquante-cinq fromages pour l’Italie et cinquante-six pour la France. Ce sont les deux pays avec le plus grand nombre de fromages dont l’Union européenne a reconnu l’AOP.

article – *Fromages italiens : tout savoir sur les fromages d'Italie*⁶ – contenant une liste de trente-quatre « principaux fromages italiens dits DOP, comprenez appellation d'origine protégée (AOP) » et la description de dix-huit variétés, dont certaines (six) ne figurent pas dans la liste (un astérisque les signale dans le tableau ci-dessous).

En croisant ces données, on obtient une liste, commune aux deux sites, de vingt-quatre fromages, y compris quelques variantes dans les dénominations qui, dans l'un ou l'autre site, précisent la provenance ou certaines caractéristiques des fromages⁷ ; sept autres variétés ne sont mentionnées que dans le premier site et onze dans le second, pour un total de quarante-deux noms de fromages italiens qui ont reçu le statut DOP⁸ (AOP pour la France). Ces noms, qui sont donc entrés dans l'usage des francophones grâce aussi à « la mondialisation de l'information », vont constituer le *corpus* objet de mon analyse. Je les reporte par ordre alphabétique en respectant l'orthographe employée dans les documents consultés en ligne :

	laboxfromage.fr/	quiveutdufromage.com/
1	Asiago	Asiago
2		(Asiago pressato*)
3	Bitto	Bitto
4	Burrata	Burrata*
5	Caciocavallo	Caciocavallo Silano
6	Castelmagno	Castelmagno
7	fiore sardo	Fiore Sardo
8	Fontina	Fontina
9	Gorgonzola	Gorgonzola
10	grana padano	Grana Padano
11	Mascarpone	Mascarpone*
12	Montasio	Montasio
13	mozzarella di buffala	Mozzarella di Bufala Campana

⁶ *Fromages italiens : tout savoir sur les fromages d'Italie*, <https://www.quiveutdufromage.com/ac-fromages-italiens-tout-savoir-sur-les-fromages-d-italie>.

⁷ C'est le cas de : « Asiago pressato, Caciocavallo Silano, mozzarella di buffala (*sic*), Mozzarella di Bufala Campana, mozzarella fior di latte, Pecorino Romano, Pecorino Sardo, Pecorino Toscano, Provolone Valpadana, Provolone del Monaco ».

⁸ Denominazione di Origine Protetta.

14	mozzarella fior di latte	
15	parmesan (parmigiano reggiano)	Parmigiano Reggiano
16	pecorino	Pecorino Romano
17		Pecorino Sardo
18		Pecorino Toscano
19	Provolone	Provolone del Monaco
20		Provolone Valpadana
21	ricotta (vache, brebis ou chèvre)	Ricotta*
22	Scamorza	Scamorza*
23	Stracchino	Crescenza ou Stracchino*
24	Taleggio	Taleggio
25	Ambrosia	
26	Bocconcini	
27		Bra
28	Burrini	
29		Caciotta Toscana
30		Canestrato Pugliese
31	Dolcelatte	
32		Formaggio di Fossa di Sogliano
33		Murazzano
34		Piave
35		Quartirolo Lombardo
36		Raschera
37		Robiola di Roccaverano
38	roccaccio	
39		Squacquerone di Romagna
40	stelvio	
41		Toma Piemontese
42	Treccie	

Les noms de fromages italiens dans les dictionnaires monolingues français

Lorsqu'on effectue la recherche dans les dictionnaires, par rapport au nombre tout compte fait assez important de noms de fromages italiens qui circulent parmi les locuteurs français utilisateurs des deux sites consultés, le résultat est beaucoup plus réduit. Cela ne peut pas étonner : l'usage concret des parlants, comme c'est toujours le cas, précède

l'action des lexicographes sanctionnant l'intégration d'un culturème étranger dans la langue-culture d'un pays par son entrée dans la nomenclature des dictionnaires. Mais les dictionnaires peuvent dévoiler ce qu'il en est – et qu'il en a été – de la “vie” de ces mots. Nous allons donc les questionner pour savoir, par rapport au *corpus* sélectionné, quels sont les noms de fromages italiens qui ont migré (et quand) dans le lexique français, c'est-à-dire les mots qui ont “changé de résidence” et fixé leur demeure dans la langue française.

Dans l'édition 2025 du *Petit Robert de la langue française* (dorénavant *PRLF*), sur les quarante-deux noms de fromages italiens du tableau, seuls huit figurent dans sa nomenclature. Dans les articles respectifs, les informations concernant leur origine et la date de leur entrée dans le lexique français reconstruisent certains détails de leur “migration”, avant de passer aux définitions illustrant les caractéristiques de chaque fromage et aux exemples montrant leur éventuelle intégration morphosyntaxique :

BURRATA [burata] **n. f.** – 1996 ◊ mot italien « embeurrée ». ■ Fromage frais italien proche de la mozzarella. *Des burratas*⁹.

GORGONZOLA [gɔrgɔ̃zɔla] **n. m.** – 1890 ◊ n. d'une ville italienne. ■ Fromage italien à pâte persillée crémeuse. *Des gorgonzolas*.

MASCARPONE [maskarpɔn] **n. m.** – 1791-98 *fromage mascarpon*, ◊ mot lombard, augmentatif de *mascarpa*, *mascherpa*, d'origine inconnue. ■ Fromage lombard au lait de vache, très crémeux.

MOZZARELLA [mɔdzarella] [mɔdzarella] **n. f.** – v. 1960 ◊ mot italien de *mozzare* « couper ». ■ Fromage frais italien, fait de lait de bufflonne ou de vache, à pâte molle. *Des mozzarellas*. –ABREV. FAM. **MOZZA**. *Lasagnes à la mozza*.

PARMESAN [pɑrməzɑ̃] **n. m.** – 1596 ; *parmigean* adj. XV^e ◊ italien *parmigiano* « de Parme ». ■ Fromage cuit à pâte très dure, préparé avec du lait de vache écrémé, et fabriqué dans les environs de Parme. *Parmesan râpé. Pâtes au parmesan. Des parmesans*.

PECORINO ou **PECORINO** [pekɔrino] **n. m.** – date inconnue ◊ italien *pecorino*, de *pecora* « mouton, brebis ». ■ Fromage de brebis italien, voisin du parmesan, servant à assaisonner les pâtes. *Des pecorinos, des pecorini*.

PROVOLONE [prɔvɔlɔne] **n. m.** – 1962 ◊ mot italien ■ Fromage italien, salé, séché, fumé, en forme de cylindre ou de poire.

RICOTTA [rikɔta] **n. f.** – 1911 ; *ricotte* XVI^e ◊ mot italien « qui a recuit ». ■ Fromage frais d'origine italienne, fait à partir du petit-lait d'autres fromages. *Des ricottas de vache, de brebis*.

À l'exception près de « pécorino » pour lequel la date est inconnue, trois noms de fromages italiens sont entrés dans le lexique français au cours des siècles passés et à des époques éloignées l'une de l'autre (parmesan 1596, mascarpone 1791-98 et gorgonzola 1890), tandis que pour les autres quatre fromages les lexicographes ont enregistré des

⁹ *Ad vocem*. Dorénavant, pour toutes les entrées de dictionnaires citées dans le texte, « *ad vocem* » ne sera plus répété.

dates qui se réfèrent toutes au XX^e siècle : le début du siècle pour « ricotta » (1911), les années '60 pour « mozzarella » (1960) et « provolone » (1962), les années '90 pour « burrata » (1996).

En lançant la recherche dans les versions accessibles gratuitement en ligne du *Dico en ligne Le Robert* (dorénavant *DLR*)¹⁰ et du *Dictionnaire de français Larousse* (dorénavant *DFL*)¹¹, on obtient des résultats quelque peu différents et on remarque que la distribution des mots de notre *corpus* dans les trois dictionnaires monolingues consultés n'est pas homogène. Les versions gratuites en ligne sont désormais très utilisées pour satisfaire à des recherches de renseignements simplifiées de la part des locuteurs communs, bien qu'elles ne donnent d'habitude que des informations partielles sur le mot vedette, se bornant parfois à sa définition, outre, naturellement, la catégorie grammaticale et la prononciation (en version audio dans le cas de nos deux dictionnaires). Par exemple, dans le *DLR*, à l'entrée « burrata » on lit : « nom féminin Fromage frais italien proche de la mozzarella. *Des burratas.* » ; pas de détails concernant l'étymologie du mot, donc, ou sa nature d'emprunt.

Sur les vingt-quatre noms de la liste commune aux deux sites web, outre les huit présents dans la nomenclature du *PRLF*, deux autres noms sont présents aussi bien dans le *DLR*¹² que dans le *DFL*, « asiago » et « grana padano » (« grana » dans le *DFL*) :

asiago nom masculin Fromage à pâte dure, au lait de vache, produit dans le nord-est de l'Italie. (*DLR*)

asiago non masculin (de Asiago, nom propre) Fromage italien, au lait de vache, à pâte cuite, utilisé comme fromage à râper. (*DFL*)

grana padano nom masculin Fromage italien à pâte cuite. (*DLR*)

grana (italien *grana*, de *grano*, grain) nom masculin Fromage italien à pâte dure, et saveur forte dont le type est le parmesan. (*DFL*)

Trois noms sont mentionnés exclusivement dans le *DFL* : « caciocavallo », « fontine » et « stracchino ».

caciocavallo nom masculin Fromage italien au lait de vache, à pâte filée, ayant la forme d'un fuseau à base pointue.

¹⁰ <https://dictionnaire.lerobert.com/fr/>.

¹¹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>.

¹² Cette version librement accessible en ligne propose donc en 2024 deux nouvelles entrées par rapport à l'édition papier 2025 du *PRLF*, qui, quant à elle, présente d'ailleurs la même situation que les éditions 2020 et 2024 (cette dernière consultée sur application mobile).

fontine nom féminin Fromage au lait entier de vache, à pâte cuite, fabriqué en Italie, en particulier dans le Val d'Aoste.

stracchino, stracchini nom masculin (italien *stracchino*) Fromage fabriqué en Italie avec du lait de vache.

Six noms sont absents dans les trois dictionnaires consultés : « bitto », « castelmagno », « fiore sardo », « montasio », « scamorza », « taleggio », avec aussi les cinq dénominations particulières de certains fromages de la liste : « Asiago pressato », « mozzarella fior di latte »¹³, « Pecorino Sardo »¹⁴, « Pecorino Toscano », « Provolone del Monaco ». Les restants dix-huit fromages reportés dans le tableau (25 à 42), quant à eux, ne sont pas compris dans la nomenclature d'aucun dictionnaire consulté. Au total, on n'a donc que treize noms de fromages italiens qui figurent, bien que de manière non homogène, dans les trois dictionnaires monolingues consultés, sur les quarante-deux relevés dans les deux sites web. D'ailleurs, la recherche dans le *Dizionario italiano De Mauro*¹⁵ en ligne n'a pas non plus produit de résultats pour un certain nombre de fromages – « ambrosia », « bitto », « dolcelatte », « fiore sardo », « Murazzano », « roccaccio », « stelvio » – probablement en raison de leur origine typiquement, et dans certains cas exclusivement, régionale ou du fait qu'il s'agit quelquefois de noms de marque (comme dans le cas de « dolcelatte »).

Le seul fromage italien pour lequel il existe un traduisant français, bien qu'emprunté toujours à l'italien, est le parmesan (*parmigiano reggiano*). Le *DHLF* atteste son entrée très ancienne dans le système lexical français et explique le procédé de substantivation de l'adjectif qui l'a généré :

¹³ J'ai considéré « mozzarella di buffala » du premier site et « Mozzarella di Bufala Campana » du second comme des synonymes de la dénomination simple « mozzarella » en raison du fait que celle produite avec du lait de bufflonne est la variété la plus connue. Dans l'article *Le grand panorama des fromages italiens* (<https://laboxfromage.fr/blog/fromage-italien/>) on décrit la « mozzarella di buffala » comme : « le fromage préféré des Français ! D'après le syndicat national des fabricants de camembert, elle aurait détrôné en 2021 le calendos sur le podium du fromage le plus consommé en France ! Ce fromage frais à pâte filée provient de la région de Campanie, dans le sud de l'Italie. Privilégiez-la dans sa version traditionnelle [...] c'est à dire à base de lait de bufflonne. De loin la meilleure ! ». Dans le même blog, l'article *De buffala ou fior di latte, la mozzarella se met à nu*, affirme : « La véritable mozzarella AOP est réalisée exclusivement en Campanie (région de Naples) à partir du lait de bufflonne. » (<https://laboxfromage.fr/blog/mozzarella/>).

¹⁴ J'ai considéré « pecorino » du premier site et « Pecorino Romano » du second comme synonymes car le « Pecorino Romano » me semble être le plus connu parmi les différentes variétés régionales de ce fromage de brebis mentionnées dans les sites, auxquelles s'ajoutent d'ailleurs d'autres variétés, comme par exemple le « pecorino siciliano ».

¹⁵ <https://dizionario.internazionale.it/>.

PARMESAN, ANE n.m. et adj. est emprunté (1414) à l'adjectif italien *parmigiano* « de Parme », substantivé au masculin par ellipse de *formaggio parmigiano* « fromage de Parme » (XIV^e s., Boccace) pour désigner un fromage fabriqué avec du lait écrémé et du safran, près de cette ville d'Italie du Nord (*Parma*).

La littérature et la traduction littéraire ont été les chemins empruntés par ce mot pour s'installer d'abord dans le lexique italien¹⁶ et rejoindre ensuite la terre – et la langue – de France, comme l'illustre la suite de l'article :

Le mot est relevé dans la première traduction du *Décameron* de Boccace, dans l'expression *fromage permigean*, puis sous la forme *fromaige parmisan* (1505) dans la traduction d'un texte latin écrit par un Italien ; enfin, il est substantivé sous sa forme actuelle avant la fin du XVI^e s. (1596). Comme en italien le mot s'applique souvent à ce fromage râpé pour accompagner les pâtes.

Les deux autres noms de fromages italiens recensés dans ce dictionnaire sont : *gorgonzola* et *mozzarella (sic)*. Ils sont entrés dans le lexique français en tant qu'emprunts à l'italien à des époques différentes :

GORGONZOLA n. m. est emprunté (1890) à un mot italien désignant un fromage à pâte fermentée ; lui-même reprend le nom d'une ville de la province de Milan, réputée pour ses fromages.

MOZZARELLA n. f. est emprunté, semble-t-il récemment (v. 1960), à l'italien *mozzarella* (av. 1761) « fromage à pâte filée fait avec du lait de bufflonne (*bufala*).

Comme on le remarque aussi dans le *PRLF*, par rapport au *DHLF*, cette dernière se présente dans la nomenclature du *DLR* et du *DFL* sous la forme de la variante graphique « mozzarella », dont les deux dictionnaires en ligne enregistrent aussi le synonyme « mozzarelle ». Aucun dictionnaire, toutefois, ne présente pas les précisions dans la

¹⁶ L'entrée PARMIGIANO dans le TLIO (*Tesoro della lingua italiana delle Origini*) à partir du lien <http://tlio.ovi.cnr.it/TLIO/> donne les informations suivantes :

1.1 [Del formaggio:] prodotto nella zona di Parma.

[1] Boccaccio, *Corbaccio*, 1354-55, parr. 301-10, pag. 93.11: Primieramente, se grosso cappone si trovava, de' quali ella molti con gran diligenza faceva nutrire, convenia che innanzi cotto le venisse; e le pappardelle col formaggio **parmigiano** similmente.

[2] a *Doc. fior.*, 1359-63, pag. 8.11: pagai per libbre vj once v 1/2 di cascio **parmigiano** per soldi v 1/2 la libbra...

[3] *Doc. imol.*, 1350-67, Debitori 18.3.1364, pag. 359.34: per 1 forma de chaxo **parmexano** e per 3 l. de chandele, ave * vostro figlolo...

[4] Boccaccio, *Decameron*, c. 1370, VIII, 3, pag. 515.9: Maso rispose che le più si trovavano in Berlinzone, terra de' baschi, in una contrada che si chiamava Bengodi, nella quale si legano le vigne con le salsicce e avevavisi un'oca a denaio e un papero giunta; e eravi una montagna tutta di formaggio **parmigiano** grattugiato, sopra la quale stavan genti che niuna altra cosa facevano che far maccheroni e raviuoli e cuocergli in brodo di capponi, e poi gli gittavan quindi giù, e chi più ne pigliava più se n'aveva...

dénomination du fromage – « di buffala » (*sic*), « di Bufala Campana » et « fior di latte ») – que l'on retrouve sur les sites web consultés.

Quant à la nature d'emprunt de ces noms, le *DHLF*, ayant une vocation historique, explicite pour chaque entrée (« parmesan », « gorgonzola » et « mozzarella ») le procédé d'enrichissement lexical par lequel ces mots sont entrés dans le lexique français, en précisant à chaque fois que le nom ou l'adjectif « est emprunté » à l'italien. Le *PRLF* donne cette information sans désigner proprement le procédé morphologique de création lexicale mais en explicitant l'origine nationale ou régionale du mot en question : « mot italien » ou « n[om] d'une ville italienne », « mot lombard », ou encore en reportant : « italien *parmigiano* » et « italien *pecorino* ». Le *DLR* et le *DFL*, en revanche, se bornent à donner l'information de manière implicite, en mentionnant l'origine italienne ou régionale du fromage, par exemple : « fromage (frais/bleu/de brebis/sec et fumé) italien », ou « fromage lombard » ou « fromage [...] fabriqué dans les environs de Parme ». Dans le *DFL* font exception « burrata », « mascarpone » et « provolone » – pour lesquels il est précisé : « mot italien » – et « grana », « pecorino », « ricotta » et « stracchino, stracchini » pour lesquels on reporte entre parenthèses la forme italienne avec, selon les cas, des informations qui élucident en quelque sorte son sens – « (italien *grana*, de *grano*, grain) », « (italien *pecorino*, de *pecora*, brebis) », « (italien *stracchino*) » – ou, dans le cas de « ricotta », une sorte de traduction qui renvoie toutefois à un produit laitier différent : « (italien *ricotta*, petit-lait) ». En comparant les formes présentes dans les trois dictionnaires monolingues consultés, outre le cas de « mozzarella/mozzarella » déjà mentionné, on relève un autre cas de variante synonymique (« stracchino, stracchini », *DFL*) et un cas de variante graphique (« pécorino ou pecorino », *PRLF* et *DLR*).

Sauf dans le cas de « parmesan », on est donc en présence d'emprunts directs qui sont entrés dans le lexique français en gardant leur forme graphique (si l'on ne compte pas les variantes « mozzarella », « pecorino » et « stracchini ») mais en s'adaptant au phonétisme et à la morphosyntaxe français.

L'intégration phonétique est un phénomène qui caractérise tous les emprunts de noms de fromages italiens recensés dans les trois dictionnaires monolingues (le *DLR* et le *DFL* la proposent en version audio). Quelques différences dans les prononciations proposées ne manquent pas : dans le *DFL*, la prononciation de « provolone suit la phonétique française ([pɾɔvɔlɔn]), dans le *PRLF* et, conséquemment, dans le *DLR*, en

revanche, le mot est prononcé [pʁɔvɔlɔne] ; le *PRLF*, en outre, propose pour « mozzarella » deux prononciations : [mɔdzarela] et [mɔdzarella].

Quant à l'intégration morphosyntaxique, le *DFL* ne donne pas d'informations à ce propos, tandis qu'on en retrouve en revanche dans le *PRLF* et dans le *DLR* : « *Des burratas* », « *Des gorgonzolas* »... (v. *supra* pour les autres cas). Font exception « asiago », « grana padano », « mascarpone », « provolone », pour lesquels n'est pas indiquée la formation du pluriel, et « pécorino ou pecorino » pour lequel le *PRLF* enregistre deux formes différentes du pluriel pour les deux variantes graphiques « *Des pécorinos, des pecorini* », tandis que le *DLR*, pour « *des pecorini* », précise qu'il s'agit du « pluriel italien ».

Dictionnaires bilingues français-italien/italien-français

Quand on passe aux dictionnaires bilingues français-italien/italien-français, la situation se présente de manière encore moins homogène et, dans certains cas, plutôt problématique. J'ai effectué la recherche dans le *Dictionnaire Larousse français-italien/italien-français* en libre accès en ligne (dorénavant *DLB*)¹⁷ et dans *il Boch Zanichelli-LeRobert* (Boch 2020)¹⁸ (dorénavant *iB*), de manière à pouvoir aussi, en même temps, comparer la présence ou l'absence, dans les deux sections du *DLB*, des noms de fromages présents en tant que mots vedettes dans la nomenclature de la version monolingue du même éditeur.

Dans le *DLB*, la recherche a été d'abord lancée dans la partie italien-français pour la raison suivante : si pour une entrée italienne le dictionnaire donne un traduisant français – dans notre cas, d'après les informations recueillies dans le *DFL* ainsi que dans le *PRLF*, vraisemblablement un emprunt – on peut s'attendre à retrouver le même emprunt en tant qu'entrée dans la partie français-italien, accompagnée de son propre traduisant italien. Ce n'est pas ce que ma recherche a donné comme résultats. On peut distinguer différents cas d'espèce, que je vais illustrer après avoir rappelé pour commodité les noms de fromages italiens présents dans la nomenclature de *DFL*, tous des emprunts intégraux à l'exception de « parmesan » et de « fontine », comme on l'a observé dans le paragraphe précédent : « asiago », « burrata », « caciocavallo », « gorgonzola », « grana », « mascarpone », « mozzarella », « pecorino », « provolone », « ricotta » et « stracchino, stracchini ».

¹⁷ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-italien> et <https://www.larousse.fr/dictionnaires/italien-francais>.

¹⁸ Il s'agit de l'édition la plus récente.

Tout d'abord, il faut remarquer que « asiago », « burrata », « caciocavallo » et « stracchino, stracchini » ne sont pas présents dans les deux différentes sections du *DLB*.

Quant aux autres sept emprunts directs, ils sont en revanche présents dans la partie italien–français, mais deux d'entre eux, « grana » et « pecorino », sont accompagnés d'une définition et non pas d'un traduisant, comme il arrive quand un culturème étranger est intraduisible et que les dictionnaires ne le recensent pas en tant que forme utilisée par les locuteurs de la langue d'arrivée ; et pourtant dans le *DFL* les deux noms sont recensés en tant qu'emprunts, signalés par l'indication « italien *grana* » et « italien *pecorino* » :

gorgonzola sostantivo femminile invariabile gorgonzola *m*

grana sostantivo femminile invariabile fromage cuit à pâte dure, produit dans la plaine du Pô, qui a l'aspect du parmesan.

mascarpone sostantivo maschile mascarpone *m*

mozzarella sostantivo femminile mozzarella *f*, mozzarella di bufala mozzarella de bufflonne

pecorino sostantivo maschile fromage de brebis à pâte dure, doux ou piquant

provolone sostantivo maschile provolone *m*

ricotta sostantivo femminile ricotta *f*

On remarque aussi (bizarrement, pourrait-on ajouter) la présence de deux noms de fromages italiens, « scamorza » et « taleggio » que nous avons rencontrés dans la liste commune aux deux sites web mais nulle part dans les trois monolingues consultés. Dans ces deux cas, la présence d'une définition et non pas d'un traduisant est cohérente avec l'absence de ces deux noms parmi les entrées de la partie français-italien :

scamorza sostantivo femminile fromage au lait de vache, doux ou fumé.

taleggio sostantivo maschile fromage affiné au lait entier de vache, à pâte molle.

Je signale aussi, pour compléter le relevé, que « parmigiano » est présent avec son traduisant français :

parmigiano sostantivo maschile parmigiano (reggiano) parmesan *m*

Quand on passe dans la section français–italien, on est étonné de ne retrouver aucun des cinq noms – « gorgonzola », « mascarpone », « mozzarella », « provolone » et « ricotta » – qui pourtant sont présents du côté italien–français en tant que traduisants des formes italiennes, c'est-à-dire comme des emprunts intégrés dans le lexique français. On ne trouve, en revanche, que « parmesan », avec son traduisant « parmigiano », comme l'on s'y attend :

parmesean nom masculin [fromage] parmigiano *m*

Dernière remarque, qui signale encore une fois un manque de cohérence dans la composition des nomenclatures des deux sections bilingues ainsi que dans les informations données à l'intérieur des articles : « fontine » et « fontina » représentent un cas d'espèce singulier. Le *DFL* enregistre « fontine », mot français (il ne s'agit évidemment pas de la forme italienne) dont il donne la définition suivante : « Fromage au lait entier de vache, à pâte cuite, fabriqué en Italie, en particulier dans le Val d'Aoste ». On s'attendrait donc à trouver dans la section français-italien du *DLB* l'entrée « fontine » et dans la section italien-français « fontina » avec, comme traduisant, « fontine ». Or, il n'en est rien car, en revanche, l'entrée « fontine » n'existe pas dans la partie français-italien et que à l'entrée « fontina », du côté italien-français, on ne trouve pas comme traduisant français l'emprunt enregistré par le *DFL* – « fontine » – mais une définition :

fontina sostantivo femminile fromage du Val d'Aoste au lait de vache.

Lorsqu'on passe à un autre dictionnaire bilingue, *iB*, on remarque une situation différente par rapport au traitement des treize noms présents dans les trois monolingues. En effet, du côté italien-français, on ne trouve que cinq entrées dont une (« pecorino ») n'a pas de traduisant mais est accompagnée d'une définition :

gorgonzola s. m. inv. (alim.) gorgonzola (fromage italien à pâte persillée crémeuse)
grana s. m. inv. (alim.) parmesan
parmigiano s. m. solo sing. (cuc.) parmesan grattugiare il parmigiano râper du parmesan
pecorino s.m. fromage de brebis
ricotta s. f. «ricotta» (fromage frais)

« Mozzarella », quant à elle, n'est pas recensée comme entrée italienne même si on la trouve mentionnée dans les articles de « caprese », « margherita » et « parmigiana » :

caprese s. f. (cuc.) salade à base de tomates, mozzarella et basilic
margherita in funzione di agg. nelle loc. (cuc.) torta margherita sorte de gâteau de Savoie; pizza margherita pizza napolitaine (avec mozzarella et tomates)
parmigiana s. f. (cuc.) «parmigiana» (gratin de légumes disposés en couches avec du parmesan, de la mozzarella et de la sauce tomate) parmigiana di melanzane parmigiana d'aubergines, aubergines à la parmigiana

Dans la partie français-italien le nombre s'élève à quatre entrées, dont une (« gorgonzola ») apparaît aussi dans la partie italien-français :

burrata /burata/ s. f. [pl. *burratas*] (alim.) burrata

fontine /fɔ̃tin/ s. f. fontina

gorgonzola /gɔrgɔ̃zɔla/ s. m. (it.) gorgonzola (formaggio)

parmesan /paʁmɛzã/ s. m. (cuc.) parmigiano, grana parmesan râpé parmigiano grattugiato

Les marques de domaine – « alim. » (« industria alimentare/industrie de l'alimentation ») et « cuc. » (« cucina e gastronomia/cuisine et gastronomie ») – et l'indication de l'origine géographique du mot étranger sont attribuées de manière non homogène. Mais, surtout, on ne comprend pas pourquoi les entrées « burrata » et « fontina » ne sont pas présentes du côté italien-français étant donné que ces deux noms sont indiqués comme traduisants de « burrata » et « fontine » enregistrées du côté français-italien. De la même manière, « ricotta » n'est pas présent dans la section français-italien tandis que le mot est indiqué comme traduisant de l'italien « ricotta ».

Pour une vision d'ensemble des données rassemblées au cours de cette recherche, voici le relevé de la présence des noms du tableau initial dans les différents dictionnaires consultés :

	laboxfromage.fr/	quiveutdufromage.com/	DHLF	PRLF	DLR	DFL	DLB (it- fr)	DLB (fr- it)	iB (it- fr)	iB (fr- it)
1	asiago	Asiago			✓	✓				
2		(Asiago pressato*)								
3	bitto	Bitto								
4	burrata	Burrata*		✓	✓	✓				✓
5	caciocavallo	Caciocavallo Silano				✓				
6	castelmagno	Castelmagno								
7	fiore sardo	Fiore Sardo								
8	fontina fontine	Fontina				✓				✓
9	gorgonzola	Gorgonzola	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
10	grana padano	Grana Padano			✓	✓	✓		✓	
11	mascarpone	Mascarpone*		✓	✓	✓	✓			
12	montasio	Montasio								
13	mozzarella di buffala	Mozzarella di Bufala Campana	✓	✓	✓	✓	✓			
14	mozzarella fior di latte									
15	parmesan parmigiano reggiano	Parmigiano Reggiano	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16	pecorino	Pecorino Romano		✓	✓	✓	✓		✓	
17		Pecorino Sardo								
18		Pecorino Toscano								
19	provolone	Provolone		✓	✓	✓	✓			

		del Monaco								
20		Provolone Valpadana								
21	ricotta (vache, brebis ou chèvre)	Ricotta*		✓	✓	✓	✓		✓	
22	scamorza	Scamorza*					✓			
23	stracchino	Crescenza ou Stracchino*				✓				
24	taleggio	Taleggio					✓			
25	ambrosia									
26	bocconcini									
27		Bra								
28	burrini									
29		Caciotta Toscana								
30		Canestrato Pugliese								
31	dolcelatte									
32		Formaggio di Fossa di Sogliano								
33		Murazzano								
34		Piave								
35		Quartiolo Lombardo								
36		Raschera								
37		Robiola di Roccaverano								
38	roccaccio									
39		Squacquerone di Romagna								
40	stelvio									
41		Toma Piemontese								
42	trecce									

Conclusion

Après cette sorte d'exploration des traces laissées dans les dictionnaires par la migration des noms de fromages italiens vers le lexique français, conclure n'est pas facile si ce n'est que par la remarque que, tout comme il arrive pour les peuples qui migrent (pour reprendre la métaphore initiale), les voies de la migration des mots sont elles aussi irrégulières et souvent même accidentées.

Si, d'un côté, les nouveaux médias contribuent à diffuser parmi les locuteurs français un nombre assez important de termes de la gastronomie italienne – dans notre cas, ceux dénommant la grande variété des fromages produits en Italie – les lexicographes, quant à eux, ne peuvent que suivre la règle principale qui gouverne l'accueil des néologismes –

français ou empruntés – dans les nomenclatures des dictionnaires, à savoir l’observation de la fréquence d’emploi et de la stabilité dans l’usage pendant un certain temps.

Quoi qu’il en soit, le locuteur français qui voudrait se renseigner sur un fromage italien en se servant des ressources lexicographiques traditionnelles (en version papier ou numérique) ou de celles facilement accessibles sur Internet risque d’être un peu dérouté par un certain manque de cohérence dans les informations qui sont mises à sa disposition. Faut-il en conclure qu’il vaut mieux faire confiance aux bon vieux format papier des dictionnaires ? Pas nécessairement, car les nouvelles versions qui les reproduisent sur support numérique sont aussi complètes et fiables. Le problème réside plutôt dans le fait que les différents dictionnaires (du moins ceux qui ont été consultés pour cette recherche), à cause aussi de certains choix pas toujours cohérents de la part des lexicographes qui les ont confectionnés, proposent à leurs utilisateurs des visions de la langue française qui peuvent différer d’un ouvrage à l’autre. Et surtout, il ne faut pas oublier que le dictionnaire, en conséquence de sa propre fonction, nous renvoie une image du lexique d’une langue qui ne peut que suivre selon les rythmes et les règles qui sont propres à la nature du dictionnaire lui-même la réalité foisonnante d’une langue vivante.

Liste des sigles employés

DHLF : Rey, Alain (éd.) (2006), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert.

PRLF : Rey, Alain, Rey-Debove, Josette (éd.) (2025), *Le Petit Robert de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert.

DLR : *Le Robert. Dico en ligne*, <https://dictionnaire.lerobert.com/fr/>.

DFL : *Dictionnaire de français Larousse*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>.

DLB : *Dictionnaire Larousse français–italien*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-italien>; *Dictionnaire Larousse italien–français*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/italien-francais>

iB : Boch, Raoul (2020), *il Boch. Dizionario francese-italiano/italiano-francese*, Zanichelli - LeRobert.

Bibliographie

- Albert, Sabine (2014), *Vrais et faux mots d'ailleurs : quand l'emprunt brouille les pistes*, « Éla. Études de linguistique appliquée », n. 176, pp. 453-467.
- Apothéloz, Denis (2002), *La construction du lexique français*, Paris, Ophrys.
- Baider Fabienne H. (2007), *Emprunts linguistiques, empreintes culturelles*, Paris, L'Harmattan.
- Boch, Raoul (2020), *il Boch*. Dizionario francese-italiano/italiano-francese, Zanichelli - LeRobert.
- Correâ da Costa, Sergio (1999), *Mots sans frontières*, Paris, Éditions Du Rocher.
- Guilbert, Louis (1975). *La Créativité lexicale*, Paris, Larousse.
- Humbley, John (1974), *Vers une typologie de l'emprunt linguistique*, « Cahiers de Lexicologie », vol. XXV, pp. 46-70.
- Jurin, Claudine (1990), *Établissement d'une nomenclature : principes méthodologiques*, in *Autour d'un dictionnaire : Le « Trésor de la Langue Française », témoignages d'atelier et voies nouvelles*, CNRS-INaLF, Didier Érudition, 1990, pp. 21-27.
- Lerat, Pierre (1987), *Le traitement des emprunts en terminographie et en néographie*, « Cahiers de Lexicologie », vol. 50, pp. 137-144.
- Mortureux, Marie-Françoise (2004 [1997]), *La lexicologie entre langue et discours*, Paris, Armand Colin.
- Niklas-Salminen, Aino (2023 [1997]), *La lexicologie*, Paris, Armand Colin, « Coursus ».
- Rey, Alain (sous la direction de) (2006), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert.
- Rey, Alain, Duval, Frédéric, Siouffi, Gilles (2007), *Mille ans de langue française : histoire d'une passion*, Paris, Perrin.
- Rey, Alain, Rey-Debove, Josette (sous la direction de) (2020), *Le Petit Robert de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert.
- Rey, Alain, Rey-Debove, Josette (sous la direction de) (2024), *Le Petit Robert de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert, version numérique sur application mobile.
- Rey, Alain, Rey-Debove, Josette (sous la direction de) (2025), *Le Petit Robert de la langue française*, Paris, Dictionnaires LeRobert.
- Rey-Debove Josette (1973), *La Sémiotique de l'emprunt lexical*, « TraLiLi XI », n. 1, pp. 109-123.
- Podeur, Josiane (2008), *Jeux de traduction. Giochi di traduzione*, Napoli, Liguori.
- Parizot, Anne, Verdier, Benoit, Catellani, Andrea (éd.) (2019), *Du discours gastronomique et anologique*, « Recherches en communication », n. 48. DOI : <https://doi.org/10.14428/rec.v48i48.45433>.
- Zotti Valeria (2004), *Les dictionnaires bilingues contemporains: la "direction" en trompe-l'œil (domaine français-italien)*, « Rassegna italiana di Linguistica Applicata », vol. 36, n. 2-3, pp. 259-282.

Sitographie

<https://laboxfromage.fr/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

<https://www.quiveutdufromage.com/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

De buffala ou fior di latte, la mozzarella se met à nu, <https://laboxfromage.fr/blog/mozzarella/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Dictionnaire de français Larousse, https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue_ (dernier accès le 30 septembre 2024).

Dizionario italiano De Mauro, <https://dizionario.internazionale.it/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Dictionnaire Larousse français – italien, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-italien> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Dictionnaire Larousse italien - français, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/italien-francais> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Le grand panorama des fromages italiens, <https://laboxfromage.fr/blog/fromage-italien/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Le Robert. Dico en ligne, <https://dictionnaire.lerobert.com/fr/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Fromages italiens : tout savoir sur les fromages d'Italie, https://www.quiveutdufromage.com/ac-fromages-italiens-tout-savoir-sur-les-fromages-d-italie_ (dernier accès le 30 septembre 2024).

Tesoro della lingua italiana delle Origini, <http://tlio.oivi.cnr.it/TLIO/> (dernier accès le 30 septembre 2024).

Note biographique

Stella Mangiapane est Maître de conférences en Linguistique française à l'université de Messine (Professore associato di Lingua, traduzione e linguistica francese S.S.D. FRAN-01/B). Spécialiste de Flaubert et de critique génétique, elle a publié de nombreux articles et essais sur la genèse des *Trois contes*, de *Madame Bovary* et de *Bouvard et Pécuchet*. Ses autres recherches portent sur le français technoscientifique, la lexicographie bilingue et la traductologie.

mangiapane@unime.it

Come citare questo articolo

Mangiapane, Stella (2024), *Migrations gastronomiques et lexicographique. Les noms des fromages italiens au prisme d'Internet et des dictionnaires*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 81-100.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

STRATEGIES D'ADAPTATION DES MARQUES AGROALIMENTAIRES INTERNATIONALES AU
CONTEXTE LOCAL : ANALYSE DES MUTATIONS IDENTITAIRES ET DISCURSIVES DE DANONE,
NESTLÉ ET CARTE D'OR DANS UNE PERSPECTIVE FRANCO-ITALIENNE

SERGIO PISCOPO

Cette étude comparative franco-italienne analyse comment les marques agroalimentaires Danone, Nestlé et Carte d'Or adaptent leurs dénominations commerciales et leurs slogans pour répondre au mieux aux attentes des consommateurs locaux. Contrairement aux approches traditionnelles axées sur la traduction littérale, cette recherche porte sur les mécanismes complexes d'adaptation linguistique et culturelle, qui dépassent les modèles classiques de localisation marketing. Nous explorons donc la tension entre ancrage culturel local et identité globale dans le contexte du néo-localisme. À partir d'un petit corpus de 18 slogans (9 italiens, 6 français et 3 anglais) couvrant la période des années 1980 à nos jours, nous étudions les stratégies de localisations marketing ou de localisation marketing centrées sur des ajustements linguistiques et culturels permettant aux marques de se différencier sur des marchés saturés et de renforcer leur identité. Danone, par exemple, a modifié son nom en *Dannon* pour le marché américain, tandis que Nestlé a utilisé le préfixe « nes- » pour unifier sa gamme. De même, Carte d'Or a adapté les saveurs et les formats aux préférences locales tout en conservant son nom. Nous aimerions apporter un nouvel éclairage sur le marketing des marques agroalimentaires, et montrer comment elles parviennent à allier universalité et ancrage local pour renforcer l'attachement des consommateurs à des valeurs partagées.

Mots-clés

Adaptation culturelle ; Analyse du discours ; Linguistique ; Slogan ; Stratégies discursives.

STRATEGIES FOR ADAPTING INTERNATIONAL FOOD BRANDS TO THE LOCAL CONTEXT: ANALYSIS
OF IDENTITY AND DISCOURSE CHANGES IN DANONE, NESTLÉ AND CARTE D'OR FROM A
FRANCO-ITALIAN PERSPECTIVE

This comparative Franco-Italian study analyses how the food brands Danone, Nestlé and Carte d'Or adapt their brand names and slogans to best meet the expectations of local consumers. Unlike traditional approaches that focus on literal translation, this research looks at the complex mechanisms of linguistic and cultural adaptation that go beyond traditional marketing localisation models. We explore the tension between local cultural roots and global identity in the context of neo-localism. Using a small corpus of 18 slogans (9 Italian, 6 French, and 3 English) from the 1980s to the present, we examine marketing localisation strategies that focus on linguistic and cultural adaptations that allow brands to differentiate themselves in saturated markets and strengthen their identity. Danone, for example, changed its name to Dannon for the US market, while Nestlé used the prefix “nes-” to unify its range. Similarly, Carte d'Or has adapted its flavours and formats to local preferences, while retaining its name. We want to shed new light on the marketing of food brands and show how they manage to combine universality and local roots to strengthen consumers' attachment to shared values.

Keywords

Cultural adaptation; Discourse analysis; Linguistics; Slogans; Discourse strategies.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21202>

STRATEGIES D'ADAPTATION DES MARQUES AGROALIMENTAIRES INTERNATIONALES AU CONTEXTE LOCAL

ANALYSE DES MUTATIONS IDENTITAIRES ET DISCURSIVES DE DANONE, NESTLE ET
CARTE D'OR DANS UNE PERSPECTIVE FRANCO-ITALIENNE

Sergio Piscopo

Introduction

Dans le contexte d'un marché globalisé, les grandes marques internationales adaptent régulièrement leurs produits aux spécificités des marchés locaux. Sur le plan commercial, cette démarche est souvent motivée par une concurrence accrue à l'échelle internationale. Cela se reflète le plus souvent au travers de stratégies de marketing qui sont susceptibles de maintenir des références locales propres à un pays ou un territoire donné. Dans ce contexte, les dénominations commerciales et les slogans, en tant qu'éléments essentiels du discours de marque, sont également fréquemment réinterprétés pour s'intégrer au cadre culturel régional dans une perspective que l'on pourrait définir comme « néo-localiste »⁸⁴. Cette stratégie permet non seulement d'atteindre plus efficacement les consommateurs en évoquant des valeurs et des aspirations partagées, mais aussi de renforcer l'identité de la marque et de lui offrir un avantage concurrentiel.

L'adaptation des dénominations commerciales et des slogans répond également à des impératifs culturels. Une traduction littérale d'un slogan, par exemple, pourrait entraîner des malentendus ou des connotations inattendues, ce

⁸⁴ Bien qu'il n'existe pas de fondateur unique, le néo-localisme s'inscrit dans un courant de pensée plus large qui s'est développé à partir des réflexions sur le développement local et durable. Les racines historiques de ces concepts remontent aux Lumières, période durant laquelle des penseurs ont déjà questionné les excès de la centralisation et défendu les vertus de la proximité. Le localisme, loin d'être une notion nouvelle, trouve ses racines dans les réflexions de nombreux penseurs, notamment au XIX^e et XX^e siècles. Les travaux d'Ernst Friedrich Schumacher (1973), Herman Daly (1996), Serge Latouche (1989 ; 2004) et David Fleming (2007) ont contribué à donner un nouvel élan à ces idées en les inscrivant dans le contexte des crises environnementales et sociales contemporaines. En France, Serge Latouche a apporté une contribution majeure en reliant le localisme à la théorie de la décroissance. Il a ainsi montré comment la relocalisation de l'économie pouvait être un levier pour sortir de l'impasse du productivisme et construire des sociétés plus résilientes.

qui compromettrait l'image de marque. L'ajustement des slogans aux cultures locales est une pratique courante, notamment en France, où la langue et les valeurs nationales occupent une place centrale. Ce phénomène se manifeste particulièrement dans les stratégies de communication des marques, surtout dans le secteur gastronomique. Dans ce contexte, l'évolution des goûts, la mondialisation et l'essor de la communication numérique obligent les entreprises à ajuster leurs slogans pour qu'ils soient courts, accrocheurs et facilement diffusables sur les réseaux sociaux.

Cette étude entend apporter un nouvel éclairage sur le marketing et les stratégies de marque en combinant plusieurs perspectives dans la recherche. Nous examinons les localisations marketing de trois marques internationales du secteur agroalimentaire francophone : Danone (France), Nestlé (Suisse) et Carte d'Or (France). Dans le discours de marque, la localisation marketing désigne le processus par lequel une entreprise adapte ses produits, ses services, ses messages publicitaires, ainsi que ses stratégies de communication à un marché local spécifique, en tenant compte des particularités culturelles, linguistiques, sociales et économiques du pays ou de la région ciblée⁸⁵. Il s'agit d'une transformation stratégique permettant d'éviter les malentendus, de renforcer l'identité de la marque et de répondre aux attentes spécifiques des consommateurs.

Les marques sélectionnées, reconnues pour leur forte présence mondiale, ont été choisies en raison de leurs adaptations culturelles marquantes, visibles dans les modifications apportées à leurs dénominations commerciales, leurs produits et leurs slogans en fonction des spécificités des marchés locaux. L'étude se concentre notamment sur les variations de slogans en fonction des contextes culturels, sémantiques et morphosyntaxiques propres aux pays où ces marques sont

⁸⁵ Nous renvoyons aux références bibliographiques suivantes concernant la localisation marketing, qui examinent des aspects théoriques et des études de cas pratiques : Usunier, Jean-Claude, Julie, Anne Lee (2013), *Marketing Across Cultures*, London, Pearson Education. Dans une moindre mesure, les textes réunis par Bruno Péquignot *Les industries culturelles et créatives dans la mondialisation* explore comment les industries culturelles adaptent leurs produits et stratégies de marketing pour répondre aux besoins et aux attentes des marchés locaux. Cf. Péquignot, Bruno (éd.) (2019), *Les industries culturelles et créatives dans la mondialisation*, Paris, L'Harmattan. Et encore, voir Moon-Yong, Kim, Sangkil, Moon et Dawn, Iacobucci (2019), *The Influence of Global Brand Distribution on Brand Popularity on Social Media*, « Journal of International Marketing », vol. 27, n. 4, pp. 22-38.

commercialisées. En complément, une analyse des discours officiels publiés sur leurs sites Internet permettra d'identifier si les slogans initiaux sont encore utilisés ou s'ils ont été remplacés par des alternatives, telles que des jeux de mots axés sur le produit ou des messages plus ciblés.

Contrairement à une simple analyse de traductions littérales, nous examinons comment les slogans et les dénominations commerciales sélectionnés évoluent pour s'adapter aux contextes culturels et linguistiques des différents marchés via des mécanismes complexes d'ajustement qui dépassent les approches traditionnelles de la localisation marketing, notamment dans le contexte du néo-localisme. Le secteur agroalimentaire, que nous avons choisi d'étudier, offre un terrain fertile pour comprendre comment les marques jonglent entre l'universalité de leur identité et la personnalisation de leur discours.

Méthodologie et constitution du corpus d'observation

Cette étude repose sur un petit corpus de 18 slogans publicitaires extraits manuellement à partir des sites Internet de marques de renom et répartis en trois contextes linguistiques principaux, à savoir 9 italiens, 6 français et 3 anglais, ainsi que les trois marques internationales du secteur agroalimentaire. Ces slogans ont été retenus pour leur représentativité culturelle et leur pertinence dans l'analyse des stratégies de communication adaptées aux sensibilités linguistiques et socioculturelles. Ils renvoient aux slogans qui figurent sur les sites web des marques choisies, mais aussi à d'autres marques dans une perspective comparative. Les trois slogans anglais ont été conçus dans cette langue pour les marques françaises et italiennes.

La période étudiée s'étend des années 1980 à nos jours, ce qui permet de retracer l'évolution des slogans et des pratiques de localisation marketing sur plusieurs décennies, qui doivent entrer en ligne de compte dans les transformations induites par la mondialisation, les nouvelles technologies et l'essor des réseaux sociaux. Le cadre temporel que nous avons choisi pour cette étude offre ainsi une

perspective historique et contemporaine sur la manière dont les marques s'ajustent dans un environnement de plus en plus mondialisé.

En privilégiant une approche comparative franco-italienne, nous avons retenu des marques qui illustrent différentes stratégies d'adaptation linguistique et marketing, en fonction de leur popularité sur des marchés majeurs (France, Royaume-Uni, États-Unis, Japon, etc.) et de leur capacité à représenter divers segments de l'agroalimentaire, tels que les glaces, les boissons, les en-cas et les condiments. En nous appuyant sur cette sélection, nous aimerions mettre en lumière la portée des ajustements réalisés pour répondre aux particularités culturelles et commerciales de chaque région considérée.

Notre hypothèse est que le changement de dénomination commerciale et de slogan est un phénomène largement répandu, mais qui s'opère de manière ciblée et après une étude approfondie de la culture de référence. Cette adhérence aux marchés locaux s'inscrit dans un processus plus complexe visant à aligner le discours publicitaire, notamment le slogan, sur les attentes locales. Ce phénomène est particulièrement pertinent dans des contextes comme la France, où la langue et la culture nationales influencent fortement la perception des produits étrangers. Nous nous référons également à la systématisation de la terminologie dans le cadre du droit des marques⁸⁶.

Le discours de marque en matière de dénomination commerciale et de slogan

⁸⁶ Selon Michela Tonti, les noms de marque, bien que souvent délaissés par les spécialistes de la terminologie, incarnent des éléments de la culture ordinaire intégrés au quotidien des locuteurs. En parallèle, la terminologie juridique, et plus spécifiquement celle qui encadre le droit des marques, varie notablement selon les contextes culturels et linguistiques, que ce soit en Europe, en Suisse ou au Canada. Ainsi, les termes employés pour désigner des concepts similaires ne sont ni standardisés ni univoques, illustrant une grande variété terminologique. Cette variété témoigne de la difficulté à imposer une uniformité linguistique également dans le cadre légal. L'auteure constate que la terminologie propre à chaque culture reflète une interprétation différente, souvent influencée par des spécificités culturelles locales. Cette diversité s'inscrit dans une perspective interculturelle, où les échanges entre systèmes légaux enrichissent la conceptualisation du droit, sans pour autant dissoudre les particularités culturelles de chaque pays. Nous suggérons à ce propos la contribution suivante : Tonti, Michela (2022), *Entre terme de loi et terme des arrêts du tribunal, le droit de marque à l'aune de l'interculturalité*, in Claudio Grimaldi, Eleonora Marzi, Paola Puccini, Maria Teresa Zanola et Silvia Domenica Zollo (éd.), *Terminologia e interculturalità. Problematiche e prospettive*, Città di Castello, I libri di Emil, pp. 169-194.

L'onomastique commerciale, qui constitue le point central de notre analyse, se révèle fascinante sous de nombreux angles, particulièrement en ce qui concerne la conception d'un nom de marque. Celui-ci est en effet choisi en fonction des caractéristiques inhérentes aux produits vendus. Le choix d'un nom de marque témoigne quant à lui de l'importance grandissante de l'internationalisation des entreprises qui agissent sur plusieurs marchés nationaux. En effet, une entreprise peut proposer ses marques via des stratégies de marketing spécifiques. Dans ce contexte, la marque dite « globale » est à l'honneur. Ce terme, mot-valise dérivant de l'anglais et formé par télescopage des mots *global* et *local*, désigne l'ajustement d'un produit ou d'un service en fonction des lieux et des cultures où il est vendu (Robertson 1995, 28).

Les liens entre publicité et langue se sont également transformés pour devenir de plus en plus riches et complexes, notamment en raison de l'utilisation intensive des ressources linguistiques dans la publicité⁸⁷, qui les pousse à leurs limites. Adam souligne l'importance de distinguer le discours publicitaire du discours standard : bien qu'il s'appuie sur les structures de ce dernier, il s'en détache en imposant ses propres codes analytiques (Adam 1990, 20-21). Ce détachement confère au discours publicitaire une place à part, marquant un domaine innovant et pionnier dans les études linguistiques modernes.

Cependant, ce détachement reflète à la fois un discours propre au secteur et une stratégie de captation unique qui place la publicité au croisement des études linguistiques et de la communication persuasive. La dénomination commerciale, en tant que composante essentielle de cette stratégie, incarne cette spécificité linguistique : d'une part, elle doit s'adapter aux contraintes du langage, d'autre part elle est liée aux attentes culturelles et émotionnelles d'un public ciblé. Par exemple, les dénominations de produits de grandes marques sont souvent adaptées dans chaque marché, contribuant à ce que l'on pourrait définir comme une "grammaire publicitaire" propre. Ainsi, les slogans ou les noms de produits ne sont pas

⁸⁷ Nous renvoyons à cet égard à Berthelot-Guiet, Karine (2003), *Ceci est une marque. Stratégies métalinguistiques dans le discours publicitaire*, « Communication & Langages », n. 136, p. 58.

simplement des traductions, mais des créations qui doivent, tout en respectant des normes linguistiques, résonner avec les particularités culturelles et symboliques locales.

D'après les travaux de Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, un nom de marque doit remplir trois fonctions clés, à savoir la singularisation de ses produits pour les différencier des autres, la thématisation ou bien le discours fait autour de la marque et enfin la fonction testimoniale, soit sa promotion à une plus large échelle. Ces trois dimensions permettent au fabricant de créer une différenciation spécifique et unique pour son produit, d'établir un lien essentiel entre le message publicitaire et la nature réelle du produit, mais aussi de garantir son authenticité de manière convaincante (Adam et Bonhomme 2012, 82-83). En conséquence, comme le stipule Altmanova, « le fabricant ou l'inventeur de la marque se doit de créer une dénomination capable de communiquer un lien univoque avec le référent » et, précise-t-elle, « en même temps de séduire le consommateur » (Altmanova 2013, 25).

La dénomination commerciale repose sur un discours sémiotique plutôt hétéroclite, qui mêle souvent texte et images, les éléments iconiques correspondant aux éléments verbaux. En plus des aspects visuels liés à la description et à la promotion d'une marque, tels que le logo ou les panneaux d'affichage, le slogan joue un rôle important dans la formation de son image. Il constitue, en effet, l'espace virtuel où se concrétisent les significations associées à la marque. Dans ce cadre, les auteurs distinguent deux types de slogans, à savoir l'accroche, qui est une phrase courte et séduisante, et la phrase d'assise, qui véhicule de manière générique la devise de la marque (Adam et Bonhomme 2012, 85-87).

Cependant, malgré sa forte valeur pragmatique, le slogan est par nature de courte durée et presque spontané par sa formulation, mais il risque de s'éclipser rapidement s'il ne parvient pas à marquer durablement les esprits des consommateurs. Dans notre étude de cas, il s'agit principalement d'accroches qui condensent les caractéristiques de la marque plutôt que celles du produit. Toutefois, comme mentionné précédemment, il arrive qu'un slogan change pour s'adapter aux

exigences culturelles du pays où les produits sont vendus. Cette situation se produit fréquemment dans le cas des marques dites « ombrelle », à savoir des marques qui

portent le même nom de marque et ne se distinguent que par leur nom générique (voiture ou plat cuisiné). La marque ombrelle doit permettre de capitaliser sur un seul nom et donc de réaliser des économies d'échelle dans le cadre d'un développement international (Coumau *et al.* 2005, 89).

Ainsi, si la marque ombrelle peut favoriser le marché international dans une perspective microéconomique⁸⁸, nous envisageons d'étudier ses stratégies discursives, c'est-à-dire la manière dont les fabricants ou les inventeurs, comme le dit Altmanova, desservent leurs produits, tout en s'alignant parfois sur la culture et sur l'identité linguistique, ainsi que sur les situations langagières des locuteurs cibles.

Les enjeux de la communication interculturelle : standardiser ou adapter ?

L'internationalisation d'une entreprise de grande distribution requiert un choix stratégique adapté au marché d'accueil, qui peut suivre une approche standardisée ou localisée. Cette démarche repose sur chaque élément du mix-distribution, également connu sous les noms de *marketing mix* ou *retailing mix* (Kreutzer 1988), à savoir un outil nécessaire pour les *retailers* qui souhaitent réussir dans un marché de plus en plus compétitif. En maîtrisant les différents éléments du mix-distribution, les entreprises peuvent optimiser leur performance et développer une relation durable avec leur clientèle. Les enseignes choisies permettent d'analyser des phénomènes d'adaptation à différentes échelles, qu'il s'agisse de modifications superficielles, mais en tout cas risquées (comme le changement de dénomination commerciale ou de slogan), ou d'ajustements plus profonds, impliquant des produits adaptés aux goûts

⁸⁸ Dans le cadre de la microéconomie, la marque ombrelle est censée permettre de réduire les coûts de lancement de nouveaux produits, d'exploiter les économies d'échelle et de renforcer la fidélité des consommateurs. Elle peut également influencer la concurrence en facilitant l'entrée de nouveaux produits sur le marché, tout en tirant parti de l'image positive ou de la confiance déjà associée à la marque principale. Voir à ce sujet Sullivan, Mary W. (1992), *Brand Extensions: When to Use Them*, « Management Science », vol. 38, n. 6, pp. 793-806.

locaux. On peut citer, en France, Starbucks, qui ajuste ses pâtisseries pour inclure des produits traditionnels français tels que les croissants ou les pains au chocolat⁸⁹, ou KitKat, qui conserve des saveurs plus classiques comme le chocolat au lait ou le chocolat noir, mais il ajuste ses campagnes publicitaires pour correspondre à la culture locale⁹⁰ comme au Japon, où la marque a créé des produits ciblés.

Notre analyse porte précisément sur la variable de la communication, considérée comme l'élément le plus complexe à internationaliser (Brunel et Charron 2002). Comme pour le mix-distribution national, les outils de communication à l'international incluent à la fois les médias traditionnels (par exemple, la presse, la télévision, la radio, l'affichage et le cinéma) et les approches que l'on peut qualifier d'extra-médiatiques (le marketing direct, les promotions, les relations publiques, le parrainage⁹¹, les événements organisés au sein d'une entreprise afin de sponsoriser ses produits et ses services).

⁸⁹ Starbucks propose sur son site Internet en France une gamme de produits typiques de la boulangerie française, tels que le pain au chocolat, le croissant au beurre, ou encore la Brioche façon Pain Perdu. Cette offre adaptée aux habitudes alimentaires locales montre la capacité de l'enseigne à intégrer des éléments culturels tout en conservant son image globale. D'un point de vue technique, cette stratégie est censée répondre à une double exigence : d'une part, elle permet de s'inscrire dans un environnement de forte concurrence où la demande pour des produits artisanaux et locaux est élevée, et d'autre part, elle fait écho à la tendance de la glocalisation dans le secteur de la restauration. Ce processus consiste à proposer des produits globalisés en les adaptant aux spécificités locales, afin de satisfaire des segments de consommateurs en quête d'une expérience à la fois universelle et ancrée dans les traditions culturelles de chaque pays. Nous suggérons les lectures suivantes concernant la notion de glocalisation : Bauman, Zygmunt (1998), *Le coût humain de la mondialisation*, Paris, Hachette, coll. « Pluriel », tr. fr. Abensour, Alexandre (*Globalization: The Human Consequences*) ; Roudometof, Victor (2016), *Glocalization: A Critical Introduction*, New York, Routledge. Ce dernier ouvrage offre une introduction critique à la notion de *glocalisation*, en la reliant à des processus économiques et culturels dans différents secteurs, y compris l'agroalimentaire.

⁹⁰ Le site officiel français de KitKat propose une section dédiée aux recettes, une fonctionnalité absente de la version internationale. Nous estimons que ce choix pourrait illustrer une stratégie de localisation marketing visant à adapter l'offre aux attentes culturelles françaises, où la cuisine et la préparation de recettes sont des aspects particulièrement valorisés au quotidien. Cf. <https://www.croquonslavie.fr/recettes/kitkat> (consulté le 25 octobre 2024).

⁹¹ On peut également qualifier le parrainage de *naming*, ou de dénomination publicitaire par parrainage, qui consiste, selon Humbley, à associer un nom de marque à une entité, souvent un lieu ou un événement. Cette pratique, courante dans les pays anglophones et en France, remplace parfois un nom propre par un nom de marque, comme dans le cas de toponymes. Humbley insiste sur le fait que ce phénomène relève davantage d'une « renomination commerciale » que d'une lexicalisation en tant que telle car les noms de marques ainsi créés n'intègrent pas directement le lexique de la langue. L'évolution du *naming* s'inscrit dans un processus graduel, où l'association de noms commerciaux à des événements, lieux ou infrastructures devient un outil stratégique de communication. Le *naming* redistribue ainsi les fonctions des noms dans le discours commercial, au-delà d'une simple opération publicitaire, tout en créant un discours autour de la marque, également à l'échelle internationale. Nous renvoyons à Humbley, John (2019), *Quand le toponyme devient nom de marque : le naming ou dénomination publicitaire par parrainage*, in Jana Altmanova, Gabrielle Le Tallec (éd.), *Lexicalisation de l'onomastique commerciale : créer, diffuser, intégrer*, Bruxelles, Peter Lang, pp. 197-212.

L'élaboration d'une stratégie de communication internationale est censée reposer sur trois facteurs essentiels, à savoir une standardisation globale, une adaptation locale et une forme hybride de standardisation adaptée. Ce choix dépend à la fois des caractéristiques propres à l'entreprise et de l'environnement local. D'une part, la politique de marketing international doit être respectée, en tenant compte de la stratégie choisie, c'est-à-dire la standardisation ou l'adaptation ou une combinaison des deux. D'autre part, la taille et la nature de la cible influencent le degré de standardisation selon la proportion suivante : plus la cible est large, plus la communication tend à être uniformisée. Les marques retenues, telles que Carte d'Or ou Danone, ainsi que les marques rattachées à Unilever, en sont un bon exemple. Enfin, les objectifs communicationnels ainsi que les ressources financières disponibles conditionnent le choix des canaux médiatiques ou extra-médiatiques (Boutin et Gaston-Breton 2006).

L'environnement local joue, par conséquent, un rôle clé dans la personnalisation de la communication. Des facteurs tels que les différences linguistiques, réglementaires et socioculturelles peuvent poser des limites à la diffusion de messages standardisés ou entraver une communication efficace à l'échelle locale et internationale. La langue constitue un obstacle majeur car une simple traduction ne reflète généralement pas avec précision le sens du message initial. L'utilisation d'une langue étrangère ou locale peut quant à elle aider à créer une image particulière sur certains marchés. La réglementation, en revanche, impose des contraintes sur la fréquence ou les moyens de diffusion, en particulier concernant la publicité comparative ou les produits soumis à des réglementations strictes (comme l'alcool ou le tabac).

Certains pays interdisent également des contenus jugés inappropriés, tels que de nudité ou des suggestions sexuelles. Des cas concrets concernent, par exemple, la loi Évin de 1991 en France, qui limite strictement la publicité pour l'alcool. Les marques de spiritueux telles que Pernod Ricard doivent, par exemple, se conformer à des restrictions très spécifiques concernant les supports de diffusion (la publicité est interdite à la télévision et au cinéma) et le contenu (il est ainsi interdit de suggérer

que la consommation d'alcool est liée à des succès personnels, sociaux ou sportifs). Cette loi impose également que toute publicité pour de l'alcool inclue des messages de prévention, tels que « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé ».

En 2018, le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) a par ailleurs renforcé les restrictions concernant la publicité d'aliments riches en matières grasses, sucre et sel à destination des enfants. Les chaînes de télévision ont été incitées à limiter ce type de publicité pendant les émissions pour enfants. Des entreprises telles que Kellogg's ou Haribo ont dû repenser leurs campagnes et ajuster leurs messages pour éviter de cibler directement ce jeune public avec des produits considérés comme "malbouffe".

En Italie, la réglementation concernant la publicité pour l'alcool est également stricte, bien que plus souple qu'en France. En effet, la publicité directe ou indirecte pour les boissons alcoolisées et les spiritueux dans les lieux fréquentés majoritairement par des personnes de moins de 18 ans ainsi que la publicité radiophonique et télévisée pour les spiritueux sont expressément interdites dans la tranche horaire de 16 heures à 19 heures. D'autre part, selon le *Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale* (Code d'autodiscipline pour les communications commerciales), il faut éviter les communications commerciales qui encouragent une consommation excessive et incontrôlée de boissons alcoolisées, ou qui incitent le public à ne pas tenir compte des différents modes de consommation à prendre en considération en fonction des produits ou de la situation personnelle du consommateur.

Depuis 2007, l'Italie applique des recommandations en matière de publicité alimentaire. L'Autorité italienne de la concurrence et du marché (AGCM) impose que les publicités pour les aliments et boissons respectent des règles en matière de santé publique, notamment en évitant les messages trompeurs sur les bénéfices nutritionnels des produits. Bien que l'Italie n'exige pas l'insertion de messages

sanitaires comme en France, la législation vise à limiter les publicités qui ciblent les enfants pour des produits riches en sucre, en sel ou en graisses⁹².

Le cas de la marque Ferrero en Italie illustre bien les tensions entourant la publicité comparative et la protection de l'image de marque en ce qui concerne les recommandations sur la publicité alimentaire. Ferrero, la célèbre entreprise italienne à l'origine de produits tels que le Nutella, a souvent été impliquée dans des controverses liées à la publicité comparative, surtout en ce qui concerne la composition de ses produits et leur positionnement concurrentiel. En 2013, par exemple, Delhaize, une chaîne belge de supermarchés, avait lancé une publicité comparative dans laquelle elle mettait en avant son propre produit à tartiner comme étant une alternative plus saine, sans huile de palme. Ferrero a riposté, soulignant que son huile de palme est certifiée durable et que le Nutella est un produit de qualité. En 2017, la Cour d'appel de Bruxelles a fait droit à l'appel de Ferrero, estimant que la promotion de la pâte à tartiner Choco de la chaîne de supermarchés belge Delhaize, qui concurrençait Nutella, était dénigrante, mensongère et trompeuse⁹³.

⁹² Les principales réglementations régissant la publicité alimentaire couvrent plusieurs aspects essentiels. En ce qui concerne les allégations nutritionnelles, toute déclaration figurant sur les étiquettes ou dans la publicité doit être exacte, claire et vérifiable. Les allégations relatives à la prévention ou à la guérison d'une maladie sont strictement interdites. Les comparaisons de produits doivent être équitables et fondées sur des faits objectifs, sans dénigrer les produits concurrents ni fournir d'informations incomplètes ou trompeuses. En ce qui concerne la publicité destinée aux enfants, des règles plus strictes s'appliquent pour les protéger car ils sont particulièrement sensibles aux influences de la publicité. Enfin, les allégations de santé ne sont autorisées que si elles sont étayées par des preuves scientifiques solides et approuvées par les autorités compétentes. Voir le Règlement sur les procédures d'enquête en matière de protection des consommateurs (Résolution AGCM n. 25411 du 1^{er} avril 2015).

⁹³ Ferrero a également été impliqué dans des controverses concernant les publicités sur la durabilité de ses ingrédients, notamment l'huile de palme. L'entreprise a lancé des campagnes soulignant que l'huile de palme utilisée dans le Nutella respecte des normes strictes de durabilité et ne présente pas de risque pour la santé lorsqu'elle est traitée correctement. Ces allégations ont parfois suscité des tensions avec des organismes de régulation qui estiment que l'impact environnemental et les effets sur la santé de l'huile de palme ne devraient pas être minimisés dans la publicité. Dans ce contexte, Ferrero a lancé une série de campagnes publicitaires affirmant que son huile de palme est certifiée durable, la marque ayant adhéré à la Table ronde sur l'huile de palme durable (RSPO). Ferrero estime que l'huile de palme est cultivée sans déforestation et sans incendie volontaire, avec des garanties sociales pour les travailleurs. Cependant, la campagne de Ferrero a suscité des réactions mitigées. Cf. le rapport de responsabilité sociale de Ferrero détaillant ses engagements envers la durabilité et la qualité, y compris en ce qui concerne l'approvisionnement en huile de palme : <https://www.ferrerosustainability.com/int/en/> (dernier accès le 26 octobre 2024), ainsi que le site de la RSPO fournissant des informations complètes sur les critères de durabilité appliqués par ses membres, dont Ferrero : <https://rspo.org> (dernier accès le 26 octobre 2024).

En plus des cas retenus, la culture locale joue donc un rôle déterminant dans la façon dont un message est communiqué et interprété. Les variations en termes d'humour, de croyances, de valeurs sociales, ainsi que de tabous culturels diffèrent considérablement d'un pays à l'autre. C'est la raison pour laquelle une campagne publicitaire standardisée risque de rencontrer d'importants obstacles culturels lorsqu'elle est déployée dans différents contextes nationaux. Les études de cas analysées, qui témoignent de l'adaptation aux spécificités locales, sont souvent privilégiées par rapport à une approche uniformisée et mondialisée, souvent perçue comme une "normalisation occidentale".

Dans le cadre de notre étude, nous examinerons comment les stratégies de traduction appliquées par les entreprises peuvent constituer des ajustements mineurs ou des transformations majeures en fonction du pays cible. Par exemple, Unilever, un leader mondial du secteur agroalimentaire, a su tirer parti de cette diversité culturelle en rachetant des entreprises locales dans plusieurs pays. Au lieu de standardiser entièrement ses produits, Unilever a adapté ceux-ci aux préférences locales, afin de garder les marques et les dénominations spécifiques à chaque marché, et de renforcer ainsi son ancrage dans les cultures visées, tout en répondant aux attentes des consommateurs.

Stratégies de localisation marketing : les exemples de Danone, Nestlé et Carte d'Or

Les localisations marketing en question représentent le transfert linguistique et discursif du nom de marque vers d'autres désignations. Les facteurs qui influencent ces choix sont divers, parmi lesquels la nécessité de paraître plus attrayant pour la culture cible, afin d'être également plus compréhensible sur le plan cognitif et plus rentable sur un plan strictement commercial. En conséquence, les objectifs des localisations visent à renforcer l'identité de marque afin de se différencier de la concurrence sur des marchés saturés. Dans un contexte néo-localiste, deux autres facteurs viennent appuyer ces objectifs : la création de liens émotionnels, étant donné que l'adaptation linguistique et culturelle des dénominations commerciales et

des slogans vise à créer des contacts avec les consommateurs locaux ; le maintien de l'image globale, compte tenu de la tendance des marques internationales à préserver une image à la fois cohérente et locale à l'échelle mondiale. Le néo-localisme, en tant qu'approche, prône une adaptation fine aux spécificités linguistiques et culturelles de chaque marché, ce qui permet aux marques internationales de créer un écho plus fort auprès des consommateurs. Dans ce paragraphe, nous analyserons des études de cas et mettrons l'accent sur les raisons de l'adoption d'un nom de marque différent.

Dans un deuxième temps, nous analyserons les slogans et la manière dont ceux-ci s'écartent parfois des versions internationales pour répondre aux exigences du marché et du néo-localisme. Ce concept multidimensionnel (notamment social, politique, économique et identitaire) vise à concilier l'autonomie locale et l'ouverture internationale. Loin d'être un repli sur soi, le néo-localisme préconise des communautés dynamiques, capables de mettre en œuvre des pratiques durables tout en participant à une économie mondialisée.

Quelques problèmes phonético-discursifs : Danone vs. Dannon

L'histoire de la marque Danone est intimement liée à celle de sa famille fondatrice. Le nom "Danone" est une déclinaison du surnom catalan *Danon*, donné au fils d'Isaac Carasso, l'inventeur de la marque. Cette transformation était nécessaire pour satisfaire aux exigences légales de l'époque en Espagne, où les noms propres ne pouvaient pas être utilisés comme marques commerciales. L'ajout d'un -e a ainsi permis d'inscrire Danone dans le paysage commercial (Piscopo 2022, 53).

La marque, connue en France et dans plusieurs autres pays sous la dénomination commerciale de Danone, adopte des noms différents sur certains marchés. La gamme de produits Danone varie considérablement d'un pays à l'autre pour répondre le plus souvent aux préférences locales. Une première différence concerne la prononciation de la marque, qui implique souvent de petits ajustements phonétiques. À titre d'exemple, les Italiens prononce naturellement la marque

[da'none], où le -e est bien proféré pour faciliter sa prononciation dans un contexte italophone.

Un autre ajustement mineur mais notable pour s'adapter aux habitudes linguistiques américaines se produit aux États-Unis, où la dénomination commerciale Danone est également connue sous le nom de Dannon⁹⁴, qui est souvent prononcé [dæ-'noʊn] ou [də-'noʊn]. Cet ajustement propre aux États-Unis repose, par conséquent, sur les préférences des Américains. Outre les choix culinaires tels que la préparation des yaourts, qui sont souvent plus sucrés et plus crémeux, tandis qu'en Europe, la gamme met davantage l'accent sur les produits fermentés et les yaourts nature, les modifications phonétiques rendraient la dénomination plus facile à prononcer pour un public anglophone. Cependant, au Royaume-Uni, par exemple, ou dans d'autres pays anglophones, la marque est connue sous son nom d'origine.

On peut postuler que cet ajustement de la prononciation permet aux consommateurs de chaque pays de reconnaître plus facilement la marque, sans pour autant déroger aux règles phonétiques de leur propre langue. Il s'agit d'un intéressant exemple de la façon dont les entreprises modifient non seulement leurs produits, mais aussi l'identité de leurs marques, afin de s'adapter aux nuances linguistiques et culturelles des marchés locaux à travers, par exemple, des publicités télévisées ou radiophoniques. Cette pratique est au cœur de la stratégie de « glocalisation ». On peut donc qualifier ces cas de localisations de migrations de traduction comme étant des modifications qui contribuent à l'amélioration de l'image de la marque dans les deux contextes, sans nuire à sa notoriété sur le marché international.

⁹⁴ Nous renvoyons à l'adresse suivante : <https://www.danone.com/about-danone/at-a-glance/danone-data.html> (dernier accès le 16 octobre 2024).

Des formations lexicales en tant que marqueur identitaire

La marque Nestlé a été fondée en 1866 par Henri Nestlé, un pharmacien suisse. Il a développé une farine lactée pour les nourrissons, un produit novateur pour l'époque. Grâce au succès de sa farine lactée, Nestlé a rapidement grandi et s'est diversifiée dans d'autres produits alimentaires. En 1905, Nestlé a fusionné avec la marque Anglo-Swiss Condensed Milk Company, créant ainsi l'un des plus grands groupes alimentaires de l'époque. Nestlé est aujourd'hui le premier producteur de denrées alimentaires et de boissons au monde. Son portefeuille comprend des marques emblématiques telles que Nescafé, Nespresso, Maggi, KitKat, Purina, Häagen-Dazs, et bien d'autres. Elle est implantée dans plus de 180 pays et s'adapte aux goûts et aux préférences locales⁹⁵.

En ce qui concerne le discours de marque concernant Nestlé, celle-ci utilise fréquemment le préfixe nes- en tant que marqueur identitaire. Nous mentionnons les dénominations les plus commercialisées par la marque : Nescafé, Nesquik, Nespresso, Neslac, Neston, Nesvita, etc. L'utilisation du préfixe nes- renforce certainement l'origine de son nom commercial, bien qu'il puisse faire « oublier à certains clients le lien avec la marque éponyme » (Delattre 1999, 71) et générer ainsi de l'insécurité chez le consommateur qui peut ne pas comprendre pleinement la paternité de la marque.

L'approche de Nestlé en matière de glocalisation est bien illustrée par le cas de Maggi, une marque qui navigue en toute transparence entre l'identité mondiale et la pertinence locale dans l'industrie alimentaire. Depuis l'acquisition de Maggi en 1947, Nestlé a adapté ses produits aux goûts locaux sans perdre de vue l'identité globale de la marque. Cette adaptation locale est particulièrement évidente dans la variété des recettes et le positionnement des produits sur les différents marchés. Il s'agit là

⁹⁵ Nous renvoyons au site internet du producteur : <https://www.nestle.ch/fr> et à Promarca, à savoir l'association suisse qui représente et défend les intérêts des fabricants de produits de marque. En d'autres termes, il s'agit d'une organisation qui protège et promeut les marques suisses, y compris un grand nombre de celles produites par de grandes entreprises telles que Nestlé. Cf. <https://www.promarca.ch/fr/brand/nestle-suisse-s-a/> (dernier accès le 20 octobre 2024).

d'un processus stratégique et technique essentiel pour rester compétitif à l'échelle mondiale ainsi que pour conserver une pertinence locale.

En Asie, où la préférence va aux saveurs fortes et pimentées, Maggi propose une gamme de sauces et de bouillons épicés, incorporant des ingrédients tels que le chili, l'ail et le gingembre, qui sont des ingrédients de base dans les cuisines régionales. En revanche, en Europe, les produits Maggi répondent à des saveurs plus discrètes et familières, souvent à base de légumes ou d'herbes aromatiques. Ces ajustements sont le résultat d'une recherche approfondie sur les préférences gustatives locales et d'une étroite collaboration entre les équipes de R&D de Nestlé dans chaque région⁹⁶. Malgré ces variations régionales dans les recettes, Maggi conserve ses valeurs fondamentales de commodité et de qualité, des valeurs qui transcendent les frontières nationales. Cet équilibre entre l'adaptation locale et la cohérence mondiale est un élément clé du fonctionnement des marques multinationales comme Maggi, qui agit également dans le sillage du néo-localisme.

Sur le plan marketing, les entreprises doivent intégrer habilement les préférences locales à leurs processus de production afin d'optimiser leurs chaînes d'approvisionnement et de maintenir la perception de la qualité et de la fiabilité. Les défis linguistiques posés par les noms de marques et de produits ne doivent également pas être négligés. Si la dénomination commerciale Maggi reste cohérente, de légères adaptations de la terminologie ou de la communication peuvent s'avérer nécessaires pour éviter les malentendus culturels ou linguistiques. Des études sur l'impact de la dénomination commerciale et de la présentation du produit sur les différents marchés fournissent des informations précieuses sur la manière dont ces variations sont perçues par les consommateurs locaux⁹⁷. En fin de compte, Maggi

⁹⁶ Le R&D (Recherche et Développement) de Nestlé renvoie au département dédié à la recherche scientifique et à l'innovation technologique au sein de l'entreprise. Il joue un rôle central dans la création, l'amélioration et l'adaptation des produits de Nestlé pour répondre aux besoins des consommateurs, aux tendances du marché et aux réglementations en vigueur dans chaque région. Cf. <https://www.nestle.ch/fr/nestle-en-suisse/recherche-developpement> (dernier accès le 24 octobre 2024).

⁹⁷ Nous renvoyons aux travaux suivants : Tonti, Michela (2020), *Le nom de marque dans le discours au quotidien : prisme lexicoculturel et linguistique*, Paris, L'Harmattan ; Tonti, Michela (2023) *L'approximation catégorielle à l'épreuve du Nom de Marque circulant dans la blogosphère*, « Langages », vol. 229, n. 1, pp. 91-114.

représente un modèle réussi de glocalisation, où l'intégration locale n'affaiblit pas l'identité mondiale de la marque.

Adaptation linguistique et discursive des marques : le cas de l'internationalisation de Carte d'Or par Unilever

Unilever possède de nombreuses marques de glaces qui changent de dénomination commerciale selon le pays, même si l'image de marque reste la même. Nous pouvons citer, à titre d'exemple, les dénominations les plus répandues dans le secteur dit du froid : Miko en France, Wall's au Royaume-Uni, Frigo en Espagne, Ola en Belgique et aux Pays-Bas et Algida en Italie. En tant que marque ombrelle, le groupe multinational Unilever adopte une approche de globalisation personnalisée en adaptant ses noms de marques aux spécificités de chaque marché, notamment en termes de culture, de production et de positionnement concurrentiel. Cela ne se produit pas avec les noms de produits, qui restent le plus souvent inchangés. Ces transitions de dénomination permettent à Unilever d'ajuster ses marques aux habitudes de consommation locales, tout en gardant les noms de produits ainsi qu'une identité visuelle similaire, avec le logo du cœur rouge stylisé, pour une reconnaissance mondiale.

Carte d'Or, marque emblématique d'Unilever, occupe une position dominante sur le marché de la crème glacée industrielle. Son positionnement premium, associé à une offre produit diversifiée (crèmes glacées, sorbets, desserts) et à une communication axée sur le plaisir et sur la gourmandise, lui permet de se différencier de la concurrence et de fidéliser une clientèle exigeante⁹⁸. Au-delà de son positionnement commercial sur le marché majoritairement européen, Carte d'Or conserve la même dénomination dans tous les pays où elle est commercialisée, ce qui va à l'encontre des politiques de marketing imposées par Unilever. Ceci nous amène à spéculer sur différents scénarios. D'une part, Carte d'Or a construit une

⁹⁸ Pour une présentation exhaustive de l'histoire de la marque, nous suggérons de consulter la page suivante : <https://www.unilever.fr/brands/our-brands/miko.html> (dernier accès le 18 octobre 2024).

image de marque forte et reconnue dans le monde entier, associée à des produits de qualité et à une expérience gustative haut de gamme. Changer de dénomination risquerait de diluer cette image et de faire perdre les consommateurs fidèles⁹⁹. D'autre part, bien que la dénomination reste la même, Carte d'Or peut adapter sa communication et son positionnement à chaque marché et mettre en avant des valeurs et des attributs spécifiques. En effet, pour répondre aux goûts locaux, la marque peut proposer des saveurs et des formats de produits conformés à chaque pays, sans pour autant perdre son identité.

À titre d'exemple, en France, Carte d'Or propose, d'après les informations du site Internet du fournisseur, une gamme de saveurs classiques telles que la vanille, le chocolat et la fraise, mais aussi des options plus spécifiques telles que le caramel au beurre salé ou les amandes grillées, qui correspondent à des tendances gustatives populaires en France. De même, en Italie, la gamme inclut des saveurs plus proches des traditions locales, telles que le tiramisu, un dessert emblématique italien. Et encore, au Royaume-Uni, la marque offre également des saveurs plus ciblées telles que Carte d'Or Indulgence Eton Mess (mélange de meringue, de fraises et de crème), un dessert relevant de la tradition britannique. Par conséquent, ces variations de saveurs et de formats permettent à la marque de se positionner efficacement sur différents marchés, afin de maximiser sa popularité auprès de consommateurs aux préférences diverses.

⁹⁹ Un changement de dénomination commerciale induit une série de répercussions complexes pour une entreprise, à la fois en termes de risques et d'opportunités. Parmi les principaux risques figurent les réactions potentiellement négatives des consommateurs face à une nouvelle identité de la marque. En effet, un changement de dénomination peut entraîner une perte de visibilité, voire une confusion, si les consommateurs ne parviennent pas à établir un lien spécifique entre la nouvelle marque et l'ancienne. Ce manque de reconnaissance peut nuire à la perception de la qualité du produit et à la fidélité de la clientèle. Nous renvoyons à ce sujet à Kapferer, Jean-Noël (1996), *Les marques : capital de l'entreprise*, Paris, Les Éditions d'Organisation.

Stratégies de localisation des slogans chez Carte d'Or et Danone : entre mondialisation et néo-localisme

Barilla, multinationale italienne active sur le marché des pâtes alimentaires, ainsi que des sauces, des biscuits, des pains et de la farine, illustre parfaitement l'adaptation des slogans en fonction des spécificités culturelles des marchés. Le site Internet du fournisseur italien affiche les slogans suivants : « La gioia del cibo per una vita migliore » (La joie de la nourriture pour une vie meilleure) et « Un gesto d'amore » (Un geste d'amour), tandis que dans les spots télévisés, le slogan emblématique est « Dove c'è Barilla, c'è casa » (Où il y a Barilla, il y a la maison). Cependant, dans le contexte international, le slogan est formulé en anglais : « Good for you, good for the planet » (Bon pour vous, bon pour la planète). Barilla adapte donc son message à l'étranger pour insister sur l'authenticité italienne, tandis qu'en Italie, le slogan évoque un sentiment de chaleur familiale et de tradition.

Contrairement à Barilla, Carte d'Or affiche une stratégie moins claire en Italie. Alors que le slogan français « La gourmandise à portée de cuillère » est bien visible sur le site français, aucune mention explicite de slogans n'apparaît sur la version italienne. Cependant, des slogans spécifiques ont été identifiés, tels que « Tutto il gusto di sempre rispettando l'ambiente » (Tout le goût d'autrefois en respectant l'environnement) ou encore le détournement lexical « Voglio una vita... plastic free » (Je veux une vie sans plastique), inspiré sans doute d'une chanson italienne. Ces variations montrent que la marque expérimente différentes approches pour toucher le public italien, mais sans ancrer un message publicitaire aussi fort que celui utilisé en France.

Le détournement lexical, également connu sous le nom de défigement lexical, consiste à altérer une expression figée ou une tournure en remplaçant un mot ou une série de mots. Le résultat est censé intriguer et stimuler le consommateur pour qu'il puisse démêler le sens premier de la tournure¹⁰⁰. Les slogans regorgent de

¹⁰⁰ La notion de « détournement sémantique », bien qu'imprécisément définie dans la littérature scientifique, trouve des échos dans des notions plus formelles telles que le défigement lexical, la lexicogénétique et les palimpsestes verbaux. Une exploration approfondie de ces phénomènes nécessite de croiser les perspectives

détournements lexicaux et phrastiques relevant de multiples domaines tels que la musique, les recettes, les mœurs locales, etc. Toutefois, aucun de ces détournements n'a été détecté dans les cas analysés et, de toute façon, ils ne font pas l'objet de cette étude.

Quant à la marque Danone, elle ne semble pas avoir fait migrer son slogan phare « One Planet. One Health » pour l'adapter en français, soit « Une seule planète. Une seule santé ». Sur le site du fabricant, le slogan, qui n'apparaît pas sur la page d'accueil, reste en anglais. Il en va de même pour la version italienne du site web de la marque, dont la localisation est presque identique à la version française originale. Le choix de conserver un slogan en anglais permet probablement à la marque de maintenir une position sur le marché plus orientée vers le monde. Cependant, la marque phare Danone diversifie ses produits agroalimentaires en ciblant des slogans en français, tels que Danone à Boire : « Petit à petit, on devient moins petit » (1992) ; Danone Kid : « Du calcium pour le goûter » (2004) ; Danette : « On se lève tous pour Danette - On remet ça ! » (1970), etc.

À la différence de la version française, certains produits directement liés à Danone ont des slogans différents et pas toujours parallèles. Le cas de Danacol, un yaourt censé réduire l'excès de cholestérol dans l'organisme¹⁰¹, est emblématique à cet égard : sur son site italien, le slogan est en anglais, « Stay alive », alors qu'en français, le produit, connu sous la dénomination commerciale de « Danacol à boire », n'a pas de véritable slogan, à la différence d'autres produits similaires.

Pour rester dans le contexte des produits Danone commercialisés en Italie, Danette, un yaourt aux différents parfums, n'a pas de slogan comme en France,

de la néologie, de la pragmatique linguistique et de la morphologie dérivationnelle afin de mieux cerner les mécanismes de manipulation de la signification inhérents au détournement. Les travaux de Sablayrolles sur la néologie (2000, 2017) offrent un cadre théorique solide pour analyser ces pratiques lexicales. D'autres auteurs, privilégiant le terme de « défigement », ont également apporté des contributions significatives à l'étude de ces transformations sémantiques (Gross, 1996 ; Habert, 1989 ; Rastier, 1997 ; Anastassiadis-Syméonidis, 2003).

¹⁰¹ Danacol est une boisson lactée fermentée, enrichie en stérols végétaux. Ces stérols ont la propriété de réduire l'absorption du cholestérol dans l'organisme, contribuant ainsi à diminuer le taux de « mauvais » cholestérol (LDL-cholestérol) dans le sang. Selon les informations du site web du fournisseur, les stérols végétaux contenus dans Danacol agissent au niveau intestinal en se liant au cholestérol présent dans les aliments. Cette liaison empêche le cholestérol d'être absorbé par l'organisme et favorise son élimination naturelle. Nous renvoyons aux ressources suivantes : le site officiel de Danacol (<<https://www.danacol.it/>>) et la base de données PubMed (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/>).

mais il est possible de considérer certaines publicités italiennes des années 1980 et 1990 comme de véritables slogans dits publicitaires. On peut citer la publicité de 1984 : « Dannette la crema... cremosa » (Danette la crème... crémeuse) ; la publicité de Danone de 1985 : « Il piacere va a ruba » (Le plaisir va comme un gâteau chaud) ; une autre publicité de 1999 via une phrase d'assise : « Danette - Danone : voglia sana, voglia quotidiana » (Danette - Danone : envie de santé, envie de tous les jours), et bien d'autres.

La différence des slogans utilisés par Danone entre la France et l'Italie peut s'expliquer par plusieurs facteurs liés le plus souvent aux stratégies de localisation marketing, qui sont essentielles pour les marques internationales. Dans le contexte des marques internationales retenues, à savoir Danone, Nestlé et Carte d'Or, cela se traduit par des ajustements des slogans, des campagnes publicitaires, des saveurs ou des formats de produits pour répondre aux goûts, aux valeurs, ainsi qu'aux attentes locales des consommateurs¹⁰². Ainsi, les deux pays ont des cultures distinctes avec des sensibilités différentes concernant l'alimentation, la santé et la communication. En France, l'accent est généralement mis sur la qualité des ingrédients et le bien-être, par exemple Danone Kid : « Du calcium pour le goûter » (2004), ou Danone à Boire : « Petit à petit, on devient moins petit » (1992). À la différence du côté français, en Italie, l'importance est souvent placée sur le plaisir gustatif, la famille et la tradition. La phrase d'assise suivante en est un exemple pertinent : « Danette – Danone : voglia sana, voglia quotidiana » (1999).

Par conséquent, les slogans s'adaptent pour résonner avec les valeurs locales. Danone ajuste donc les messages en fonction de la manière dont ses produits sont perçus et consommés localement. Les campagnes françaises mettent davantage en

¹⁰² Il faut souligner que le message global de la marque reste le plus souvent cohérent, mais son positionnement peut varier en fonction de la manière dont les consommateurs perçoivent la marque dans chaque pays. À titre d'exemple, une marque axée sur la santé en France peut être perçue davantage comme un produit de plaisir en Italie. Tel est le cas de Danacol qui, outre les qualités propres au produit, elle pourrait être considérée comme un simple en-cas en Italie car le yaourt est souvent associé à un aliment plaisir, oubliant parfois ses propriétés nutritionnelles. En ce qui concerne la localisation marketing, en particulier dans le contexte numérique, nous suggérons les publications suivantes : De Baynaste, Arnaud, Lendrevie, Jacques, Lévy, Julien, Kretz, Gachoucha (2020), *Mercator 2020 : Tout le marketing à l'ère numérique*, Paris, Dunod ; Aurier, Philippe, Sirieix, Lucie (2016), *Marketing de l'agroalimentaire – Environnement, stratégies et plans d'action*, 3^e éd., Paris, Dunod (en particulier, cf. le chapitre 6 « Gérer le produit alimentaire, la marque et le processus d'innovation » par Philippe Aurier et Lucie Sirieix, p. 235-307).

avant les bénéfiques pour la santé (la présence de probiotiques, la réduction des matières grasses, le Nutri-score¹⁰³, etc.), tandis qu'en Italie, les publicités peuvent souligner le goût et la texture crémeuse d'un produit gastronomique et insister sur le plaisir gourmand, telles que les slogans de Danette de 1984 et 1985.

Quoi qu'il en soit, l'écart est de moins en moins net en raison de la mondialisation, qui pousse les marques d'une part à se conformer les unes aux autres, y compris les éléments sémiotiques tels que le logo ou les images télévisées qui relèvent également de l'hypermédiatisation de la marque¹⁰⁴, et d'autre part à revenir à une dimension locale à l'aide de campagnes publicitaires plus ciblées et avec l'introduction de produits locaux dans une perspective que l'on pourrait définir comme néo-localiste.

L'exemple de Nescafé à l'épreuve de la terminologie

Pour ce qui est de la marque Nescafé, bien qu'elle soit une dénomination utilisée presque partout dans le monde, les campagnes marketing et les variétés de produits changent d'un pays à l'autre. Cependant, le slogan formulé en anglais, « It all starts with a Nescafé », a sans doute été traduit dans presque toutes les langues, y compris en français et en italien, pour sa simplicité et son accessibilité à un public plus large. En France, le slogan est « Tout commence avec un Nescafé », et en Italie, « Tutto inizia con un Nescafé ».

¹⁰³ Le Nutri-score est un système d'étiquetage nutritionnel conçu pour aider les consommateurs à faire des choix alimentaires plus sains. Mis au point en France, il utilise un code couleur allant du vert foncé (A) pour les aliments les plus nutritifs au rouge foncé (E) pour les moins favorables. Ce système se base sur une évaluation de la qualité nutritionnelle globale d'un produit et il tient compte de la teneur en éléments nutritifs à privilégier (fibres, protéines, fruits, légumes) et à limiter (sucres, graisses saturées, sel). Le Nutri-Score est ainsi un outil simple et visuel pour comparer rapidement différents produits et orienter ses achats vers des options plus équilibrées. Le Nutri-score n'a pas été adopté dans plusieurs pays, dont l'Italie. De plus amples informations sont disponibles en ligne sur le site officiel : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/articles/nutri-score>.

¹⁰⁴ Andrea Semprini propose une vision complète de la marque, en mettant en évidence l'importance de l'hypermédiatisation, qui sature le marché de pluralité de messages publicitaires et affaiblit leur impact. La multiplication des produits et la saturation des marchés poussent les marques à se différencier en s'appuyant non seulement sur les qualités fonctionnelles des produits, mais aussi sur la création d'une valeur symbolique et affective. Semprini souligne ainsi que la marque ne se contente pas d'identifier un produit, mais qu'elle construit un univers de significations dans un espace médiatique où la compétition et les interactions entre discours sont intenses (Cf. Semprini, Andrea (1995), *La marque*, Paris, PUF).

Toutefois, en consultant le site web du fournisseur, il semblerait que le slogan ait changé. La localisation du site, qui semble être presque analogue dans la plupart des langues dans lesquelles Nescafé commercialise ses produits, ferait apparaître un nouveau slogan, à savoir « *Make a difference, with Nescafé* ». Ce dernier n'apparaît que dans la version française du site, alors qu'en italien, il fait directement référence à « *Make your world* », une campagne paneuropéenne sur le développement durable conçue par Publicis Worldwide sous la direction créative du CCO Bruno Bertelli.

Par ailleurs, une petite comparaison est également possible dans l'espace francophone. La localisation marketing entre la France et le Canada francophone reste assez asymétrique, principalement pour des raisons culturelles et historiques. Sur le site canadien du fournisseur, un autre slogan apparaît : « *Savourez votre café NESCAFÉ* », où le nom de marque est mis en majuscule pour des raisons de visibilité de l'enseigne. Un lien hypertexte renvoie également à l'ensemble de la gamme de produits Nescafé, qui diffère peu de celle proposée en Europe. Un exemple intéressant, qui reflète la dynamique de la localisation marketing, est la présence de certains produits que Nescafé ne commercialise alternativement qu'au Canada, en France ou en Italie. À titre d'exemple, le produit Nescafé Barista Style, un café glacé prêt à boire, semble n'être vendu qu'en Italie et est absent des catalogues des sites web des fournisseurs français et canadiens. En revanche, les capsules Espresso Barista pour les machines à café Dolce Gusto, également commercialisées par Nescafé, existent sur les sites officiels français et italien, bien qu'il ne s'agisse pas du même produit.

En conséquence, nous estimons que les différences de localisation marketing entre la France, le Canada francophone et l'Italie révèlent, dans ce contexte, une dissymétrie significative influencée par leurs contextes culturels, linguistiques et historiques. Cette dissymétrie, qui affecte la localisation en matière de produits et de slogans, façonne, à des degrés divers, les stratégies de marques internationales telles que Nescafé qui, à l'instar d'Unilever, adaptent leurs produits et leurs efforts de communication à chaque marché. En France, comme indiqué précédemment, la gamme de produits de Nescafé tend à être plus uniforme que sur les autres marchés

européens. En revanche, au Canada, l'accent est principalement mis sur la diversité des produits et sur la variété des arômes disponibles, ce qui reflète les attentes spécifiques des consommateurs canadiens, influencés par les tendances nord-américaines, tout en conservant une identité francophone distincte.

Lorsque l'on examine les slogans de plus près, on constate des différences subtiles. Le slogan canadien, « Savourez votre café NESCAFÉ », met l'accent sur une approche plus conviviale et personnalisée, en accord avec l'identité culturelle locale, alors que d'autres marchés peuvent opter pour un message plus général. Ce type de distinction vise non seulement à accommoder les produits, mais aussi à personnaliser la communication pour qu'elle soit en phase avec les valeurs locales.

La présence ou l'absence de certains produits dans différents pays – tels que le café glacé Nescafé Barista Style en Italie ou les capsules Espresso Barista en France, qui présentent à première vue des similitudes – illustre la flexibilité de l'offre de Nescafé. La marque ajuste donc son portefeuille en fonction des préférences locales, reflétant ainsi une stratégie de localisation finement ajustée. Cette approche permet à Nescafé de garder une position forte sur divers marchés et de répondre à des attentes variées en termes de goût, d'habitudes de consommation, ainsi que de formats de produits. En exploitant la segmentation culturelle, la marque renforce son image et assure la satisfaction de ses clients sur les différents marchés.

Un autre élément essentiel à prendre en compte ici porte sur la dynamique des stratégies de localisation marketing, qui sont loin d'être statiques. Par exemple, comme nous l'avons vu, Nescafé a continuellement adapté son offre au fil des ans, répondant ainsi aux changements dans les préférences des consommateurs, aux tendances émergentes (comme le café de spécialité et le café durable) et aux changements socioculturels plus larges.

En outre, un facteur clé est lié à l'évolution linguistique de la communication de la marque Nescafé, à l'instar d'autres acteurs de l'industrie alimentaire, avec des implications à la fois dans la langue et dans le discours de marque. En s'adressant aux amateurs de café de spécialité, Nescafé a en effet intégré une terminologie plus technique dans ses messages. Des unités terminologiques telles que « torréfaction »,

« arômes » et « notes de dégustation » font désormais partie de son lexique¹⁰⁵. Plus précisément, sur son site officiel, Nescafé France évoque certains processus exceptionnels concernant la préparation du café, impliquant l'utilisation de certains termes techniques, tels que l'exocarpe, le mésocarpe, la pectine, etc. Le site italien, qui est à peu près identique, contient cependant d'autres documents techniques tels que la section « Conoscenza del caffè » (Connaissance du café), qui comporte plusieurs articles internes sur les différents types de torréfaction des grains de café, tout comme la section du site Internet français, avec une certaine terminologie sur les types de torréfaction tels que *tostatrice a tamburo*, *tostatrice a paletta*, *tostatrice a letto fluido*, etc.

L'introduction de ce langage spécialisé, une rareté dans ce contexte de marché plus large en dehors des termes spécifiques à un domaine, ne fait que souligner ce que Cabré décrit comme une disciplinarisation à la fois interne et externe. En effet, celle-ci « en tant que nom déverbal, indique un processus dynamique de passage d'une situation de non-discipline à celle de discipline » visant la construction et la stabilisation d'un « domaine structuré ouvert à un multi-abordage, sans renoncer à l'unité du domaine » (Cabré 2012, 1). Cependant, la disciplinarisation d'un langage désigne également, comme le théorise Charnock, comment « de nombreux termes, réservés au départ aux seuls initiés, peuvent passer dans la langue courante au bout d'un laps de temps assez court » (Charnock 1999), un processus également connu sous le nom de « déterminologisation »¹⁰⁶ (Mackintosh et Meyer 2000).

Ainsi, l'émergence de nouveaux produits et de nouvelles méthodes de préparation a en effet entraîné la création de nouveaux termes, dont certains sont ensuite entrés dans le stock lexical courant et se sont parfois « déterminologisés ». Parmi ces exemples, on peut citer des unités terminologiques telles que *flat white*, *latte*

¹⁰⁵ Pour une vue d'ensemble des deux sites web, nous renvoyons à celui du fournisseur français : <https://www.nescafe.com/fr/culture-du-cafe/connaissance-du-cafe/torrefaction> (dernier accès le 31 octobre 2024) et à celui du fournisseur italien concernant le même sujet : <https://www.nescafe.com/it/cultura-del-caffe/conoscere-il-caffe/tostatura> (dernier accès le 31 octobre 2024).

¹⁰⁶ On peut donc définir la déterminologisation comme le processus par lequel un terme issu d'un domaine spécialisé entre dans le langage courant, modifiant ainsi partiellement ou totalement son sens et sa portée. En effet, la déterminologisation s'apparente à un processus de vulgarisation, visant à faire entrer le terme dans la langue courante pour qu'il soit utilisé par un large public.

art ou *single origin*, qui ne sont que quelques-uns des termes empruntés à la culture du café de spécialité, dont la France et le Canada. Ce phénomène relève à la fois de la néologie et de glissements sémantiques associés au mot “café”, un phénomène naturel qui s’inscrit dans l’évolution des langues et qui introduit de nouvelles acceptions dans le terme¹⁰⁷. Aujourd’hui, le mot “café” peut donc englober une vaste gamme de boissons, du simple espresso au latte macchiato élaboré. Par conséquent, pour les marques, il est essentiel de rester à l’écoute de ces changements linguistiques et culturels afin de communiquer et de se positionner efficacement sur un marché en constante évolution.

Conclusion

La complexité et l’importance des stratégies de localisation marketing dans l’industrie alimentaire, en particulier pour des marques mondiales de renom, telles que Danone, Nestlé, Carte d’Or et Nescafé, mettent en évidence les enjeux liés aux ajustements de leur discours de marque dans une perspective franco-italienne. Confrontées aux spécificités culturelles, linguistiques et sociales des différents marchés nationaux italiens et français, ces enseignes ont adapté, comme nous l’avons vu, leurs slogans, leurs produits et leurs dénominations commerciales pour refléter les valeurs locales, tout en gardant une cohérence globale.

La notion de localisation marketing en matière de slogans et de dénominations commerciales se veut une manière d’observer l’émergence d’un nouveau marché global, où chaque marque ajuste son message et son offre de produits pour soutenir sa résonance culturelle locale, sans toutefois compromettre son identité globale.

¹⁰⁷ Le « glissement sémantique » désigne le phénomène par lequel le sens d’un mot ou d’une expression évolue au fil du temps ou dans différents contextes, entraînant souvent une modification, un élargissement ou un déplacement de sa signification initiale. Ce processus peut résulter de divers facteurs, tels que l’influence culturelle, le contexte socio-historique ou la nécessité d’adapter le langage à de nouvelles réalités émergentes. Nous suggérons quelques ouvrages permettant d’explorer comment les mots évoluent dans leur usage quotidien et spécialisé : Greimas, Algirdas Julien (1966), *Sémantique structurale : recherche de méthode*, Paris, Éditions Gallimard ; Kleiber, Georges (1999). *La sémantique du prototype : catégories et sens lexical*, Paris, Presses universitaires de France ; Bouveret, Myriam, Delavigne, Valérie (1999), *Sémantique des termes spécialisés*, Montpellier, Presses universitaires de la Méditerranée ; Rey, Alain (2013), *Des pensées et des mots*, préface de Giovanni Dotoli, Paris, Hermann.

Dans ce contexte, les similitudes entre la France et l'Italie en matière de slogans et de produits, ainsi que les différences entre la France et le Canada francophone au niveau du positionnement et de la gamme de produits, illustrent cette approche. Les cas de Nescafé et de Barilla évoqués plus haut en sont un bon exemple.

Nous pouvons donc postuler que la localisation marketing joue un double rôle. D'une part, elle sert de stratégie d'adaptation dans le discours de marque. D'autre part, sur le plan commercial, elle fonctionne comme un outil de différenciation concurrentielle, permettant aux enseignes internationales de s'ajuster aux préférences locales et d'étayer leur proximité avec les consommateurs.

On peut donc conclure que cette souplesse linguistique et culturelle est à la base de ce que l'on peut qualifier de démarche transversale en ce qui concerne le discours de marque. Les principales enseignes internationales, tout comme celles retenues dans cette étude, parviennent à maintenir leur pertinence sur un marché globalisé, y compris les nouvelles tendances devancières du néo-localisme. Le néo-localisme amène en effet les marques à redéfinir leur rôle au sein des communautés, en contribuant potentiellement à une dynamique de cocréation où les consommateurs deviennent, en quelque sorte, des acteurs du discours de marque. En privilégiant l'authenticité et l'ancrage local, on répond ainsi à une aspiration profonde des consommateurs : se reconnaître dans les produits et les marques qu'ils consomment.

En s'adaptant de manière plus fine aux spécificités linguistiques et culturelles de chaque marché, le néo-localisme permettrait aux marques internationales de créer un écho plus fort auprès des consommateurs, afin de répondre spécifiquement à leurs valeurs et à leurs préférences propres à chaque région. Comme nous l'avons vu dans nos cas d'étude, cette adaptation nécessite une localisation marketing approfondie des contenus et une adaptation plus ciblée des codes linguistiques. Quelques pistes de réflexion pourraient poser les jalons d'une nouvelle démarche à cet égard, afin de mieux définir comment, par exemple, l'ancrage territorial et culturel qu'offre une langue régionale peut être un atout pour une marque, ou comment s'assurer que les dénominations commerciales et les slogans sont en

cohérence avec l'ensemble de la communication et des valeurs d'une marque donnée dans un contexte dit néo-localiste.

Bibliographie

- Adam, Jean-Marc (1990), *Éléments de linguistique textuelle : théorie et pratique de l'analyse textuelle*, Bruxelles, Éditions Mardaga.
- Adam, Jean-Michel, Bonhomme, Marc (2012), *L'Argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Armand Colin.
- Altmanova, Jana (2013), *Du nom déposé au nom commun. Néologie et lexicologie en discours*, Milano, EDUCatt.
- Ead. (2014), *L'industrie langagière dans l'espace francophone du Québec : réflexion sur la traduction-localisation des noms de marques*, « Testi e Linguaggi », vol. 8, pp. 89-96.
- Altmanova, Jana, Le Tallec, Gabrielle (éd.) (2019), *Lexicalisation de l'onomastique commerciale. Créer, diffuser, intégrer*, Bruxelles, Peter Lang, GRAMM-R., « Études de linguistique française », vol. 48, p. 722.
- Aurier, Philippe, Sirieix, Lucie (2016). *Marketing de l'agroalimentaire – Environnement, stratégies et plans d'action*, 3^e éd., Paris, Dunod.
- Bauman, Zygmunt (1998), *Le coût humain de la mondialisation*, Paris, Hachette, coll. « Pluriel », tr. fr. Abensour, Alexandre (*Globalization: The Human Consequences*).
- Boutin, Agnès, Gaston-Breton, Charlotte (2006), *Segmentation et stratégies de communication dans les marchés émergents : une approche croisée des concepts de pyramide économique et d'acculturation*, « Décisions Marketing », n. 43-44, pp.79-94.
- Brunel, Gilles, Charron, Claude-Yves (2002), *La communication internationale : mondialisation, acteurs et territoires socioculturels*, Québec, G. Morin.
- Cappellari, Romano (2024), *Marketing e brand activism*, Roma, Carocci editore, coll. « Bussole ».
- Daly, Herman (1996), *Beyond Growth*, Washington, Beacon Press.
- De Baynaste, Arnaud, Lendrevie, Jacques, Lévy, Julien, Kretz, Gachoucha (2020), *Mercator 2020 : Tout le marketing à l'ère numérique*, Paris, Dunod.
- Galisson, Robert (1993), *Les palimpsestes verbaux : des révélateurs culturels remarquables, mais peu remarqués*, « Repères. Recherches en didactique du français langue maternelle », vol. 8, pp. 41-62.
- Giry-Schneider, Jacqueline (1987), *Les prédicats nominaux en français*, Genève-Paris, Droz.
- Gross, Maurice (1975), *Méthode en syntaxe*, Paris, Hermann.
- Id. (1975), *Méthode en syntaxe*, Paris, Hermann.
- Guillet, Alain, Leclère, Christian (1992), *La structure des phrases simples en français. Constructions transitives locatives*, Genève, Droz.

- Humbley, John (2019), *Quand le toponyme devient nom de marque : le naming ou dénomination publicitaire par parrainage*, in Jana Altmanova et Gabrielle Le Tallec (éd.), *Lexicalisation de l'onomastique commerciale : créer, diffuser, intégrer*, Bruxelles, Peter Lang, pp. 197-212.
- Kapferer, Jean-Noël (1996), *Les marques : capital de l'entreprise*, Paris, Les Éditions d'Organisation.
- Kreutzer, Ralph Thomas (1988), *Marketing mix standardization: an integrated approach to global marketing*, « *European Journal of Marketing* », vol. 20, n° 10, pp. 19-30.
- Latouche, Serge (1989), *L'Occidentalisation du monde : essai sur la signification, la portée et les limites de l'uniformisation planétaire*, Paris, La Découverte.
- Id. (2004), *Survivre au développement : de la décolonisation de l'imaginaire économique à la construction d'une société alternative*, Paris, Mille et Une Nuits.
- Meyer, Ingrid, Mackintosh, Kristen (2000), *L'«étirement» du sens terminologique : aperçu du phénomène de la déterminologisation*, in Henri Béjoint, Philippe Thoiron (éd.), *Le sens en terminologie*, Lyon, Les Presses Universitaires de Lyon, pp. 198-217.
- Lecler, Aude (2006), *Le défègement : un nouvel indicateur des marques du figement ?*, « *Cahiers de praxématique* », n. 46, pp. 43-60.
- Paissa, Paola (2003), *Enthymèmes et autres mécanismes déductifs dans un corpus de slogans publicitaires français*, « *Cahier de lectures de la publicité* », organisé par M. G. Margarito, Fasano, Schena, Presses de l'Université Paris-Sorbonne, pp. 13-38.
- Péquignot, Bruno (éd.) (2019), *Les industries culturelles et créatives dans la mondialisation*, Paris, L'Harmattan.
- Piscopo, Sergio (2022), *Discours publicitaire et dénominations des crèmes glacées. Créativité lexicale et stratégies communicatives*, Trento, Tangram Edizioni Scientifiche, coll. « Aperture. Studi di Francesistica ».
- Roudometof, Victor (2016), *Glocalization : A Critical Introduction*, New York, Routledge.
- Sablayrolles, Jean-François (2000), *La néologie en français contemporain : examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*, Paris, Honoré Champion, coll. « Lexica Mots et Dictionnaires ».
- Id. (2017), *Les néologismes. Créer des mots français aujourd'hui*, Paris, Garnier et Le Monde.
- Semprini, Andrea (1995), *La marque*, Paris, PUF.
- Schumacher, Ernst Friedrich (1973), *Small is beautiful: a study of economics as if people mattered*, London, Blond & Briggs.
- Tonti, Michela (2020), *Le nom de marque dans le discours au quotidien : prisme lexicoculturel et linguistique*, Paris, L'Harmattan.

Ead. (2023) *L'approximation catégorielle à l'épreuve du Nom de Marque circulant dans la blogosphère*, « Langages », vol. 229, n. 1, pp. 91-114.

Ressources numériques

Berthelot-Guiet, Karine (2003), *Ceci est une marque. Stratégies métalinguistiques dans le discours publicitaire*, « Communication & Langages », n. 136. DOI : <https://doi.org/10.3406/colan.2003.3205> (dernier accès le 10 octobre 2024).

Cabré, Maria Teresa (2012), *Disciplinarisation de la terminologie : contribution de la linguistique*, in Jean-Louis Chiss, Dan Savatovsky, Danielle Candel et Jacqueline Léon (éd.), *La disciplinarisation de savoirs linguistiques : histoire et épistémologie*, « Dossiers d'HEL », n. 5. http://shesl.org/wp-content/uploads/2021/04/cabrei_2012.pdf (dernier accès le 28 octobre 2024).

Charnock, Ross (1999), *Les langues de spécialité et le langage technique : considérations didactiques*, « Didactique de la langue spécialisée », « ASp », vol. 23-26, pp. 281-302. DOI : <https://doi.org/10.4000/asp.2566> (dernier accès le 27 octobre 2024).

Leroy, Thomas (2021), *Comment KitKat est devenu un objet culturel (et culturel) au Japon*, « BFM Business », https://www.bfmtv.com/economie/consommation/comment-kitkat-est-devenu-un-objet-culturel-et-culturel-au-japon_AN-202103200036.html (dernier accès le 30 octobre 2024).

Sullivan, Mary W. (1992), *Brand Extensions : When to Use Them*, « Management Science », vol. 38, n. 6, pp. 793-806. <http://www.jstor.org/stable/2632342> (dernier accès le 27 octobre 2024).

Note biographique

Sergio Piscopo est enseignant-chercheur en langue et traduction françaises à l'Université de Naples L'Orientale. Ses recherches portent sur l'étude des lexiques spécialisés, notamment ceux liés au domaine musical, ainsi que sur l'analyse du discours à travers des approches linguistico-sémiotiques, terminologiques et historico-culturelles. Il s'intéresse également à la traduction spécialisée et à la traduction littéraire (en particulier des textes du XIX^e siècle).

spiscopo@unior.it

Come citare questo articolo

Piscopo, Sergio (2024), *Strategies d'adaptation des marques agroalimentaires internationales au contexte local. Analyse des mutations identitaires et discursives de danone, nestle et carte d'or dans une perspective franco-italienne*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 101-133.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

MIGRATIONS DENOMINATIVES INTERNES DES PRODUITS GASTRONOMIQUES SARDES
ENTRE LINGUISTIQUE ET MARKETING

Francesca Chessa, Cosimo De Giovanni

L'article explore les migrations dénominatives des produits gastronomiques sardes, notamment leur adaptation linguistique et marketing dans un contexte globalisé. Il examine comment la dénomination de produits reflète leur authenticité, leur lien au terroir et leur valeur culturelle. Les noms de produits sont modifiés pour répondre aux attentes des consommateurs, intégrer des stratégies marketing, et équilibrer tradition et innovation. L'étude se concentre sur les produits boulangers, pâtisseries et de confiserie de Sardaigne, analysant leur présentation sur des plateformes de vente en ligne. Elle met en lumière des stratégies telles que l'utilisation de noms polylexicaux, l'intégration de toponymes, et l'inclusion d'éléments dialectaux, tout en soulignant les tensions entre tradition et exigences commerciales. Ces dynamiques montrent que les noms des produits ne sont pas seulement des étiquettes, mais des vecteurs de narrations identitaires et culturelles.

Mots clés

Gastronomie ; Sénomination ; Variante dénominative ; Migrations dénominatives ; Authenticité.

INTERNAL DENOMINATIVE MIGRATIONS OF SARDINIAN FOOD PRODUCTS
BETWEEN LINGUISTICS AND MARKETING

The article investigates the denominative migrations of Sardinian food products, focusing on their linguistic and marketing adaptations in a globalized context. It examines how product names reflect authenticity, territorial connections, and cultural value. Names are altered to meet consumer expectations, integrate marketing strategies, and balance tradition with innovation. The study focuses on Sardinian bakery, confectionery, and pastry products, analyzing their presentation on e-commerce platforms. It highlights strategies such as the use of polylexical names, incorporation of place names, and inclusion of dialect elements, while addressing tensions between tradition and commercial demands. These dynamics demonstrate that product names are not mere labels but vehicles of cultural and identity narratives.

Keywords

Gastronomy; Naming; Variant naming; Denominative migrations; Authenticity.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21196>

MIGRATIONS DENOMINATIVES INTERNES DES PRODUITS
GASTRONOMIQUES SARDES
ENTRE LINGUISTIQUE ET MARKETING

Francesca Chessa, Cosimo De Giovanni¹

Introduction

Le secteur gastronomique a amorcé, avec la mondialisation, une évolution importante tant au niveau de la fabrication, que de la conservation, et de la vente de divers produits et aliments. Parallèlement on a assisté à un changement progressif des attentes des consommateurs et cela suite aux crises plus ou moins récentes liées à la santé des aliments, à la transformation industrielle des produits alimentaires, à une conscience accrue de la nécessité de sauvegarder l'environnement. En effet, les consommateurs sont de plus en plus soucieux de savoir ce qu'ils trouvent dans leur assiette et de pouvoir aisément reconnaître à travers le processus de fabrication d'un produit, sa provenance et ses qualités intrinsèques (notamment son caractère authentique, durable et respectueux de l'environnement). Ils se posent donc autant en citoyens qu'en consommateurs. Depuis des années désormais on assiste à un retour à la dimension locale, au « kilomètre zéro », qui représente une garantie contre l'uniformisation caractérisant le monde globalisé aussi dans le domaine de l'alimentation (cf. Delfosse 2011)². Ce retour à une dimension identitaire explique la diffusion des produits agroalimentaires traditionnels qui d'ailleurs assistent à un regain de visibilité – intéressant aussi leur territoire d'origine – à cause des dynamiques du marché global et du tourisme de masse. Cette visibilité internationale

¹ Bien que le texte ait été conçu de manière unitaire, l'attribution des paragraphes se répartit comme suit : Francesca Chessa est responsable des paragraphes *Marketing territorial et valorisation des produits gastronomiques : une synergie entre authenticité et stratégies en ligne* et de ses sous-paragraphes, ainsi que de la *Conclusion*, tandis que Cosimo De Giovanni a rédigé l'*Introduction* et le paragraphe *Les dénominations des produits gastronomiques en terminologie* et ses sous-paragraphes. Les auteurs tiennent à remercier les réviseurs et réviseuses anonymes pour leurs précieux commentaires.

² Pour un aperçu historique de la relation entre les produits de terroir et l'ancrage local, voir Delfosse (2013).

permet à un grand nombre de consommateurs de découvrir des produits authentiques, souvent issus de savoir-faire uniques et liés à des terroirs spécifiques.

L'importance du lien entre produit et terroir est désormais reconnue de manière universelle³ : le terroir confère à un produit des attributs non seulement physiques et environnementaux, mais également immatériels, tels que l'héritage historique, les savoir-faire locaux et les techniques de transformation spécifiques (cf. Delfosse 1997). Les produits agro-alimentaires, en raison de leur singularité, possèdent ainsi une dimension distinctive qui les qualifie en tant que « produits à fort contenu territorial » (Asero et Patti 2009, 639). La capacité d'un produit à incarner son territoire renforce son « contenu territorial » et accroît la valeur ajoutée qu'il est en mesure d'apporter à sa région d'origine. Cette valeur est également nourrie par des facteurs symboliques et émotionnels : la consommation de produits enracinés dans un territoire évoque des expériences culturelles et identitaires qui transcendent la simple fonction alimentaire (cf. Kocourek 1982 ; Devilla 2015 ; Lenglet 2023)⁴.

Dans ce contexte, la dénomination des produits prend une importance primordiale : elle permet aux consommateurs de distinguer un produit parmi d'autres tout en transmettant l'authenticité et les spécificités d'un territoire.

Le concept d'authenticité s'impose comme une pierre angulaire dans l'appréciation des produits agroalimentaires, en particulier ceux fortement liés à un terroir. Dépassant la simple qualité physique ou la provenance géographique, l'authenticité englobe des dimensions culturelles, sociales et historiques. Elle est une construction complexe, façonnée par l'interaction entre le produit, son territoire d'origine et la perception des consommateurs (cf. Camus 2010). S'enracinant dans la notion de terroir, l'authenticité se nourrit également d'aspects symboliques et

³ La notion de *terroir* devient le centre de nombreux débats à partir de la fin des années 1980. Parmi les contributions significatives, citons les travaux de la *Commission de Géographie Rurale du Comité National de Géographie*, organisés en 1993, à Dijon, sur le thème « Fin ou renaissance des terroirs ? ». Les actes de ces journées ont paru dans la revue *Cahiers du Centre nantais de recherche pour l'aménagement régional* sous la direction de Renard (1995).

⁴ Pour une construction sociale des produits de terroir, nous renvoyons à l'article de Bérard et Marchenay (1995).

émotionnels : les produits « authentiques » incarnent un lien profond avec leur région, souvent perçu comme un pont entre passé et présent. En outre, l'authenticité se manifeste dans l'aptitude du produit à raconter une histoire cohérente et enracinée (cf. Salvador 2018).

Toutefois, l'authenticité ne constitue pas un simple attribut inhérent au produit ; elle est aussi une construction sociale et culturelle (cf. Bonnain-Dulon et Brochot 2004). Les consommateurs perçoivent l'authenticité à travers divers facteurs : le mode de commercialisation, la labellisation ou encore la dénomination. Ces éléments façonnent une image d'authenticité qui inspire confiance et attachement. Aujourd'hui, les enjeux de durabilité, de transparence et d'innovation redéfinissent également cette authenticité, en y intégrant des préoccupations contemporaines telles que le respect de l'environnement ou les pratiques locales. Enfin, l'authenticité joue un rôle économique et identitaire crucial. Elle ajoute de la valeur aux produits locaux, renforce l'attractivité des territoires et soutient une forme de consommation « engagée », où acheter devient un acte de préservation du patrimoine culturel et environnemental.

En ce sens, la dénomination des produits, loin d'être un simple outil descriptif, constitue un levier stratégique et émotionnel essentiel pour transmettre l'essence même d'un terroir et valoriser son unicité.

À partir d'un contexte donné, les noms de produits circulent vers l'extérieur, se présentant soit sous leur forme dénominateur originelle, soit sous une ou plusieurs variantes reconnues par les organismes compétents. Par ailleurs, certains produits, ayant perdu leur ancrage exclusif à un micro-territoire spécifique, tendent à devenir représentatifs d'un plus vaste cadre régional ou national. Ce phénomène est observable, par exemple, en Sardaigne, où une partie des produits agroalimentaires traditionnels (PAT)⁵ ne sont plus représentatifs d'un ancrage à un micro-contexte spécifique, mais sont désormais considérés comme des produits régionaux à part

⁵ Les *Prodotti Agroalimentari Tradizionali italiani* (PAT) sont un label de qualité italien créé à la fin des années 1990 et renforcé par une série de normes appliquées exclusivement en Italie. Ces produits, sélectionnés pour leur caractère traditionnel et leur lien avec le patrimoine régional, sont inscrits dans une liste spécifique tenue par le Ministère des Politiques Agricoles, Alimentaires et Forestières, avec le soutien des régions.

entière⁶. Cela reste le cas, bien que la tradition orale, et plus rarement la tradition écrite, identifie clairement le lieu d'origine de ces produits. Ce phénomène devient encore plus manifeste lorsque les dénominations des PAT circulent dans la sphère commerciale, apparaissant sur les emballages, les étiquettes et dans les publicités. Dans de tels cas, les dénominations illustrent, comme nous le verrons, à travers des stratégies de marketing, un processus d'élargissement de la valeur symbolique et territoriale associée au produit, passant d'un caractère spécifique à une représentativité plus large d'une identité culturelle régionale.

Dans ce travail, nous nous proposons de porter une attention particulière aux produits de boulangerie, biscuiterie, pâtisserie, confiserie, ainsi qu'aux pâtes fraîches, destinés à la commercialisation au-delà des frontières de la Sardaigne. À partir d'un corpus constitué de sites de vente sardes en ligne, nous avons recensé les dénominations des PAT inscrites sur les emballages ou dans les annonces de vente. Le corpus inclut six plateformes de commerce électronique spécialisées dans la vente de produits typiques sardes. Ces sites sont les suivants :

- *Discover Sardinia* (<https://www.discoversardinia.shop/>)
- *Isolas* (<https://www.isolas.it/>)
- *KaraSardegna* (<https://www.karasardegna.it/>)
- *Prodotti Tipici Sardi* (<https://prodottitipicisardi.store/>)
- *Sardinia Ecommerce* (<https://www.sardiniaecommerce.it/>)
- *Tesori Sardi* (<https://www.tesorisardi.com/>)

Ces plateformes ont été explorées pour identifier les mentions explicites des PAT sur les emballages présentés dans les descriptions de produits ou via des photographies des articles disponibles à la vente.

L'étude a été réalisée sur une période d'un mois, entre le 15 septembre et le 15 octobre 2024, garantissant ainsi une actualité des données et un accès à une offre en ligne représentative pour cette période.

⁶ À la date du 5 mars 2024, d'après le site de la région Sardaigne, on recense 270 produits agroalimentaires sardes ou PAT, répartis en diverses catégories et sous-catégories de production, dont 15% sont des produits labellisés DOP et IGP.

En outre, dans le cadre de notre étude, nous mobilisons la notion de migrations dénominatives internes, qui permet de mieux comprendre les dynamiques de valorisation des produits gastronomiques sardes au sein même de leur région d'origine.

Les migrations dénominatives internes désignent les ajustements ou transformations des noms des produits traditionnels opérés localement, souvent dans un contexte de tension entre les dénominations officielles fournies par des organismes comme la Région Sardaigne et les appellations adoptées par les acteurs du marché. Ces transformations visent à mieux répondre aux attentes des consommateurs locaux, à s'adapter aux circuits de distribution modernes, ou encore à mettre en avant certains aspects des produits, comme leur artisanat ou leur lien étroit avec le territoire.

Ces ajustements révèlent une dynamique où les noms officiels, souvent porteurs d'une légitimité institutionnelle, sont enrichis ou modifiés pour s'aligner sur des impératifs commerciaux ou sur des logiques de différenciation. Par exemple, un produit portant une dénomination reconnue par la Région peut voir son nom complété par des termes évoquant une tradition familiale, une production artisanale ou une qualité spécifique pour renforcer son attractivité auprès des consommateurs locaux.

Les migrations dénominatives internes participent ainsi à la construction d'une identité territoriale en constante évolution, où tradition et innovation se croisent. Elles soulignent également le rôle du marché comme espace de négociation et d'adaptation, où les producteurs et distributeurs redéfinissent les appellations pour répondre à des enjeux commerciaux tout en valorisant l'héritage culturel des produits. À travers ces processus, les produits deviennent non seulement des ambassadeurs de leur territoire, mais aussi des vecteurs d'une authenticité « négociée » entre les différentes sphères – institutionnelle, marchande et culturelle.

Notre objectif est d'analyser les migrations dénominatives internes des produits de boulangerie, biscuiterie, pâtisserie, confiserie, ainsi qu'aux pâtes fraîches de Sardaigne. Nous chercherons à identifier de quelle manière les noms officiels des

produits, tels que ceux inscrits sous l'appellation PAT, sont transformés ou complétés dans les pratiques commerciales. Nous analyserons comment ces ajustements des dénominations contribuent à l'adaptation des produits aux attentes du marché tout en participant à la valorisation de l'identité territoriale et culturelle de la Sardaigne.

Les dénominations des produits gastronomiques en terminologie

Avant d'entamer l'analyse proprement dite, un bref cadrage théorique s'impose concernant la dénomination des produits.

Dans les études de terminologie, la dénomination représente sans conteste un enjeu central, voire un concept fondamental. Elle ne se limite pas simplement à nommer un objet ou une réalité, mais implique tout un processus de sélection, de codification et de validation qui confère au terme son caractère technique et normatif. La dénomination permet ainsi de structurer le savoir et d'établir une reconnaissance partagée au sein d'une communauté d'experts, tout en intégrant des dimensions historiques, culturelles et professionnelles. Ce caractère structurant et fédérateur de la dénomination en fait un pilier de l'organisation conceptuelle et de la transmission des connaissances dans les domaines spécialisés (cf. Humbley 2012 ; Petit 2009 ; Cabré 2003 ; Sager 1990).

La prise en compte des dimensions linguistiques et cognitives de la dénomination est fondamentale, car elle permet d'appréhender non seulement la structure et le fonctionnement des termes au sein d'un langage spécialisé, mais aussi la manière dont ces termes influencent la perception et la compréhension des concepts par les utilisateurs. Sur le plan linguistique, cela inclut l'analyse des règles morphologiques et syntaxiques qui régissent la formation des dénominations, ainsi que leur intégration dans des contextes spécifiques. En ce qui concerne la dimension cognitive, il s'agit de comprendre comment chaque dénomination est associée à des concepts précis, facilitant ainsi l'organisation du savoir et la transmission de l'information.

De plus, cette approche permet d'explorer comment les dénominations peuvent évoluer et s'adapter en fonction des changements dans le contexte socioculturel ou technologique. En intégrant ces dimensions, nous sommes en mesure de développer une compréhension plus complète des dénominations, ce qui est crucial pour leur utilisation efficace dans la communication entre experts et non-experts. Cela favorise également la standardisation des termes, renforçant ainsi la clarté et la précision dans des domaines où la terminologie joue un rôle clé.

Les formes des dénominations sardes

Une première distinction peut être faite, sur le plan formel, entre les dénominations monolexicales et les dénominations polylexicales. Sur 97 dénominations que nous avons étudiées, 34 (35% sur l'ensemble des dénominations du domaine de la boulangerie, biscuiterie, pâtisserie, confiserie, ainsi que des pâtes fraîches) sont monolexicales : *Aranzada*, *Bucconettes*, *Bianchittos*, *Caombasa*, *Carapigna*, *Caschettas*, *Civraxiu*, *Culurgiones*, *Fainè*, *Filindeu*, *Fruttinas*, *Gateau*, *Gnocchetti*, *Gueffus*, *Lorighittas*, *Malloreddus*, *Mandagadas*, *Moddiçzozus*, *Morettus*, *Mostaccioli*, *Orilletas*, *Panada*, *Papassinos*, *Pardulas*, *Picchirittusu*, *Pirikitos*, *Pistiddu*, *Pistoccu*, *Raviolone*, *Sebadas*, *Spianada*, *Tallutzas*, *Tunda*, *Zichi*. Dans cette catégorie, nous avons également inclus les dénominations présentant des variantes qui relèvent d'une autre classification que nous présenterons ultérieurement, tout en conservant une forme monolexicale. Nous avons toutefois laissé de côté celles qui comportent également des variantes polylexicales.

Pour le reste, il s'agit de dénominations polylexicales, parmi lesquelles les structures suivantes sont les plus récurrentes (les résultats sont présentés par ordre décroissant de fréquence, et le pourcentage correspondant de chaque structure est indiqué entre crochets) :

- Nom + préposition + Nom de la matière première [15%] (*Brugnolusu de arrescotu*, *Coccoietto con uovo*, *Cruccioneddu de mindua*, *Focacce di ricotta*, *Pane con gerda*,

Pane d'orzo, Pane 'e cariga, Pani 'e saba, Pastine di mandorle, Pistoccheddus de cappa, Pistoccu de nuxi, Pitzudas cun gherdas)

- Nom + Adjectif indiquant une caractéristique ou un procédé d'élaboration [15%] (*Cocoi Prena, Pane ammodigadu, Michitus Nieddus, Frisjoli longhi, Pane carasan, Pane cicci, Pane fresa, Pane guttiau, Pompia intrea, Ravioli dolci*)
- Déterminant + Nom [6%] (*Is angules, Li Chiusoni, Is Tziddinis, Sa Costeddedda, S'Aligu, Sos pinos*)
- Nom + préposition + Nom Géographique [4%] (*Biscotti di Fonni, Canestrello di Carloforte, Galletta di Carloforte, Sospiri di Ozieri*)
- Nom + Adjectif contenant un toponyme [4%] (*Focaccia portoscutese, Fregola sarda, Panada assemimesa, Pizzetta cagliaritana*).

Parmi les dénominations non mentionnées ci-dessus il y en a qui relèvent de structures syntaxiques non récurrentes, souvent plus complexes, comportant fréquemment plus de trois éléments, par exemple *Panemodde e Coccone de sa Candelaria*, ou *Pane con Olive di Villamassargia*.

Les variantes dénominatives

La notion de variantes dénominatives concerne les différentes formes ou expressions par lesquelles un même produit ou concept peut être désigné, en fonction de divers facteurs comme le contexte géographique, culturel ou linguistique. Dans le domaine gastronomique, ces variantes dénominatives reflètent souvent l'héritage régional, les pratiques traditionnelles ou les spécificités locales qui s'attachent à un produit.

Pour ce qui est des variantes dénominatives des produits de la boulangerie, biscuiterie, pâtisserie, confiserie, ainsi que des pâtes fraîches elles ont été repérées à partir des "Fiches d'identification des produits traditionnels de la région Sardaigne". Ce répertoire officiel recense, décrit et valorise les PAT de la région, jouant un rôle central dans la préservation de ce patrimoine culinaire. Les fiches fournissent des descriptions détaillées de chaque produit, en précisant leur origine géographique,

leurs caractéristiques spécifiques, les matières premières utilisées, ainsi que les méthodes de production traditionnelles, souvent transmises de génération en génération.

Chaque fiche est organisée en douze rubriques, offrant une description des différents aspects du produit :

1. Dénomination du produit
2. Catégorie
3. Nom géographique associé
4. Synonymes
5. Territoire concerné par la production
6. Description synthétique du produit
7. Description des méthodes de transformation, de conservation et d'affinage
8. Matériaux et équipements spécifiques utilisés pour la préparation et le conditionnement
9. Description des locaux de transformation, de conservation et d'affinage
10. Éléments prouvant que les méthodes ont été pratiquées de manière homogène et selon des règles traditionnelles pendant une période d'au moins 25 ans
11. Constance de la méthode de production sur une période excédant 25 ans
12. Demandes éventuelles de dérogations aux normes hygiéniques et sanitaires.

Élaborées dans le cadre d'un effort national italien, ces fiches visent à protéger et promouvoir les produits typiques régionaux en garantissant leur traçabilité, leur authenticité, et leur reconnaissance officielle. Elles devraient également constituer une base essentielle pour leur commercialisation et leur valorisation sur les marchés locaux, nationaux et internationaux.

Les variantes dénominatives, lorsqu'elles existent, sont intégrées à la rubrique n° 4, intitulée "Synonymes" (*sic* !), de la fiche d'identification. Nous signalons que, dans certaines fiches, les variantes dénominatives apparaissent, de manière erronée, dans la section dédiée à l'entrée. Les dénominations présentant une ou plusieurs variantes sont au nombre de 58, ce qui représente environ 60% du total.

Dans le tableau ci-dessous (tab. 1), la colonne de gauche indique la dénomination figurant en tête de la fiche, dans la section 1, tandis que la colonne de droite contient les variantes reconnues par l'organisme compétent⁷. Pour la compilation du tableau, nous avons également consulté certaines fiches disponibles sur le portail de l'agence régionale pour le développement agricole, *LaoreSardegna*⁸.

À la différence de celles présentes sur le portail de la Région Sardaigne, les fiches d'identification du portail de *LaoreSardegna* présentent, en général, trois rubriques fixes ("Territoire concerné par la production", "Transformation et conservation", et "Histoire et tradition"), auxquelles s'ajoutent des rubriques variables ("Nom géographique associé" et "Synonymes"). En outre, chaque fiche du portail de l'agence régionale pour le développement agricole est accompagnée d'une image du produit.

Dénomination du produit	Variante dénominative
Amaretto	Amarettos de mendula
Anicini	Anicinus, Anicinus sorresus
Bianchittos	Bianchini, Marigosos, Suspiros, Bianchinus, Biancheddus
Biscotti di Fonni	Savoiardo, Pistoccu, Savoiardone morbido
Brugnolusu de arrescotu	Brugnoli di ricotta, Orrubioloso
Candelaus	Candelaus prenu
Canestrello di Carloforte	Canestréllu du Paize
Carapigna	Astròre
Caschettas	Tiliccas
Civraxiu	Civràxu, Civàrzu

⁷ Les dénominations marquées d'un astérisque signalent celles pour lesquelles les informations divergent entre les deux sources.

⁸ <https://www.agenziaaore.it/index.php?xsl=2933&s=44984&v=2&c=95410&t=1>

*Coccoi a Pitzus	Su scetti, Pasta dura, Coccoi de is sposus
*Coccoietto con (l')uovo	Anguglia, Coccoi de Pasca, Coccoi de ou
Coccoi Prena	Coccoe Prena, Coccoi di patate
*Copulettas	Sas Copulettas, Copuletta
Crogoristasa	Creste di gallo e di gallina
Cruxioneddu de mindua	Culungioneddos de mendula, Ravieretti dolci alle mandorle
*Culurgiones	Culingionis, Culurzones de patata e cazzau
Dolci in croce	Cappa in croce, Druccis descroccia
Fainè	Abbrusgenti, Abbrusgenti
Farinata in crosta di Carloforte	Fainò inta crusta du Paize
*Focacce di ricotta	Cozzulas de regottu, pane con ricotta, Pani cun arrescottu
Fregola sarda	Fregula
Frisjoli longhi	Frittelle lunghe, Frisjolas
Galletta di Carloforte	Galétta du Paize
*Gallettinas	Pistoccheddus grussus
*Gateau	(Su) Gattò de mendula
Gnocchetti sardi	Maccarones, Cravoas, Cigiones ou Cigioni
Gueffus	Guelfos, Guelfus
Il Dolce Dei Poveri	Su Druci de is poberus, Su siddini
Is Tziddinis	Su Ziddini
*(La) Panada di Cuglieri	Panada cuglieridana, panadas
* Li Chiusoni	Ciusòni
Mandagadas	Mendegadas, Trizzas, Acciuleddi, Azzuleddhi

Michitus nieddus	Tagliatelle nere, tagliatelle nere integrali
Morettus	Moretto, Is Morettus
Mostaccioli	Mustazzolos
Panadas	Empanada, Empanadas (pl.)
Panada assemimesa	Impanadas
Pane ammodigadu	Pane tundu, Tintura
Pane carasau	Carta da musica, Pane carasatu
*Pane cicci	Pane di Desulo
*Pani cun erda	Pane con gerda, ciccioli di lardo
*Pane con il pomodoro	focaccia ripiena di pomodoro, fogazza cun tamatica, mustazzeddus, mustatzeddus de tamatiga
Pane con olive di Villamassargia	Pani cun orìa de Biddamattzraxia
Pane d'orzo	Pane 'e oxiu, Pane 'e oxru
Pane 'e cariga	Pane 'e mendula, (focacce di fichi secchi, di mandorle, noci e uva sultanina)
Pani 'e saba	Pani 'e sapa, Pani saba
Pa punyat	Pane pugnât
Pardulas	Formagelle, Casadinas
Pastine di mandorle	Pastissus
Pastillas	Pastiglias di Iglesias
Pirikitos	Piricchitos
Pistoccheddus de cappa	Pistoccus incappausu
Pompia intrea	Pompia
Ravioli dolci	Bruglioni, Pulicioni, Puligioni, Buldzoni
Ravioli dolci ripieni di formaggio di capra fresco acido	Còccias de casu, Is còccias de casu, S'azza de casu
Raviolini dolci ripieni di melacotogna	Culingioneddus de melairanni

Sa Costeddedda	Is Costeddeddas
Sebadas	Seadas, Sebada
*Spianata	Spianada, Cozzula, Panedda, Ispianada
Tallaniusu	Pasta po brodu, Tallaniusu cun casu, Pasta po su lori, Tallarinus
Tallutzas	Orecchiette
*Torrone di mandorle	Su turroni
*Uciatini	Utzatini, Coccu 'e Jelda, Cozzula 'e Belda, Focaccia con ciccioli
Zeppole al vento	Zipua a bentu

Tab. 1 – Dénominations des produits et leurs variantes dénominatives

En laissant de côté les choix opérés par les rédacteurs, en particulier en ce qui concerne la position des dénominations et de leurs variantes dans les sections prévues des fiches ou l'utilisation de l'italien à côté de la dénomination officielle, aspects qui dépassent le cadre de cette étude, nous pouvons affirmer que bon nombre des variantes dénominatives recensées sont étroitement liées au territoire où le produit est élaboré. Dans de nombreux cas, ces variantes reflètent la diversité des dialectes locaux qui marquent l'île. Un exemple particulièrement révélateur est celui des *Gnocchetti sardi*, appelés *Macarrones* dans la zone du Campidano⁹, *Cravoas* autour de Nuoro, et *Cigiones* ou *Cigioni* dans la zone de Sassari.

Dénominations toponymiques et dénominations a-toponymiques

Pour établir un lien entre un produit et un terroir spécifique, il n'est pas indispensable de l'associer uniquement à un lieu géographique précis, que ce soit par

⁹ Le Campidano est une plaine fertile située au sud de la Sardaigne, s'étendant entre les provinces de Cagliari et d'Oristano.

un toponyme ou un choronyme sous forme de nom propre ou d'adjectif.¹⁰ Des exemples de ce type incluent *Panada assemimesa*, *Focaccia portoscusese*, *Biscotti di Fonni* et *Sospiri di Ozieri*. Il est en effet possible de recourir à d'autres catégories, telles que les traditions locales, les caractéristiques culturelles, les propriétés spécifiques du produit, ainsi que les dialectes locaux utilisés pour les nommer. Ces éléments donnent lieu à des dénominations a-toponymiques, qui permettent d'évoquer un lien territorial même sans désignation géographique directe.

En Sardaigne, certains produits, bien qu'ayant une origine géographique spécifique – parfois documentée, d'autres fois perdue – sont perçus comme des produits régionaux. Dans les fiches des deux organismes, la rubrique intitulée "Territoire intéressé à la production" indique "Tout le territoire de la région Sardaigne". Comme nous le verrons lors de l'analyse des dénominations sur les emballages de ces produits, cette particularité laisse une grande marge de manœuvre aux associations professionnelles, aux artisans et aux entreprises. Ils peuvent ainsi s'approprier le produit en ajoutant, en plus de la dénomination officiellement reconnue, le nom d'une localité. Ce phénomène, que nous appellerons *re-toponymisation*, permet de renforcer le lien symbolique entre le produit et son territoire d'origine.

Marketing territorial et valorisation des produits gastronomiques : une synergie entre authenticité et stratégies en ligne

De nombreuses entreprises du secteur gastronomique ont compris que la qualité des produits alimentaires, combinée à la culture et au tourisme, constitue un levier essentiel de croissance. Elles mettent l'accent sur l'authenticité et le lien avec le territoire, en valorisant ses richesses culturelles et historiques grâce au marketing

¹⁰ Pour le fonctionnement et sociolinguistique des dénominations toponymiques, on se réfère aux travaux de Boyer (2008). Sur l'intégration des toponymes et/ou des choronymes dans les dénominations agroalimentaires, nous signalons les recherches de Delfosse (1997 ; 2006) ainsi que celles de Chessa et De Giovanni (2024). Enfin, Parizot (2014) examine l'importance de la dénomination des plats gastronomiques, notamment en haute cuisine, et son influence sur le choix des convives.

et à la communication. L'objectif est de transmettre les valeurs historiques, sociales et culturelles des produits à une échelle nationale et internationale.

Ainsi, une synergie s'établit entre le territoire – considéré non seulement comme une entité géographique, mais aussi comme un porteur de richesses matérielles et immatérielles – et le produit typique. Cette relation est bidirectionnelle : la promotion du territoire contribue également à la reconnaissance et à l'épanouissement des produits eux-mêmes. Conscientes de cette interconnexion, les entreprises adoptent des stratégies marketing qui renforcent l'identité narrative territoriale, valorisent l'authenticité des produits et les ancrent dans une identité régionale forte.

Au cours de notre analyse du corpus des sites de vente en ligne, nous avons identifié plusieurs stratégies marketing mises en œuvre par les entreprises productrices de produits sardes : une préférence pour les structures dénominatives polylexicales, un ancrage au terroir et l'intégration d'éléments dialectaux. Nous présenterons ci-après les résultats de notre enquête.

Les structures dénominatives polylexicales dans les stratégies marketing en ligne

Contrairement à ce qu'on a vu dans le paragraphe consacré aux formes des dénominations rencontrées dans les textes officiels, très peu sont les dénominations monolexicales rencontrées au cours de notre enquête auprès des plateformes de vente. Par exemple, des termes comme *Carasau* (Murru e Lai), *Fregula* (Morelli, F.lli Pinna, Molino Tuili), *Malloreddus* (Sardo Sole, Molino Tuili), ou encore *Pistoccu* (Francesco Porcu, Berritta) se font plus discrets face à des dénominations plus complexes et détaillées.

Cette tendance à privilégier les dénominations polylexicales, qui semblent à première vue moins percutantes en raison de leur longueur, peut s'expliquer par plusieurs facteurs. D'une part, dans un environnement numérique saturé où la concurrence est intense, des dénominations plus descriptives permettent de capter davantage l'attention des consommateurs. Par exemple, *Spianata di Ozjeri* (Panificio

Sanna), *Fregula Sarda* (Sardo Sole, Corona), ou *Biscotti di Fonni* (Biscottificio di Fonni, Il Viaggiator Goloso, Sapori del Passato) offrent une richesse informative qui attire l'œil dans un contexte de surabondance de produits.

D'autre part, ces noms polylexicaux jouent un rôle clé dans le référencement naturel (SEO) en ligne. En intégrant des mots-clés spécifiques comme un toponyme (*Carasau di Oliena, Biscotti di Fonni*), ils optimisent la visibilité des produits dans les recherches associées à une localisation ou à une tradition. Cette stratégie favorise non seulement le ciblage précis des consommateurs, mais aussi le renforcement de l'authenticité et de la valeur perçue du produit en mettant en avant ses racines locales ou culturelles.

L'ancrage au terroir

L'ancrage au lieu s'effectue de deux manières distinctes : soit en intégrant le nom géographique du lieu de production et/ou d'élaboration dans le nom du produit, soit en recourant à des expressions spécifiques qui soulignent son caractère typique ou traditionnel. Cette stratégie est bien illustrée dans notre corpus, où le produit *Biscotti di Fonni* se décline sous différentes appellations, chacune reflétant ce lien territorial. Voici un aperçu de ces dénominations, avec les marques productrices entre parenthèses :

Biscotti di Fonni (Biscottificio di Fonni, Il Viaggiator Goloso, Sapori del Passato)

Biscotti sardi (Panificio Dolci sardi)

Savoiard di Fonni. Dolce tradizionale sardo (Delizie della Sardegna)

Savoiaro sardo (Trevisan, Koromè)

Savoiard sardi (Esca, Gecchele, Dulcis)

Savoiard sardi. Dal sapore della tradizione Sarda (Sapori & Dintorni)

Savoiard sardi morbidi (Primia)

Savoiard di Sardegna (L'arte delle specialità)

Savoiardone di Sardegna (Tipico)

Savoiardone di Fonni (Gusto & Passione)

Pistokkedos di Sardegna (Terre d'Italia, Anna P, Bennet)

Torroncini di Tonara (Pruneddu)

Minores di Fonni (Tipico)

Les exemples montrent deux tendances distinctes : d'une part, les appellations qui intègrent directement le nom d'un lieu spécifique, comme *Fonni*, évoquent une origine bien définie, souvent liée à un savoir-faire artisanal ou une tradition locale spécifique. Par exemple, *Biscotti di Fonni* et *Savoiardone di Fonni* ancrent le produit dans une tradition territoriale de fabrication qui, même lorsqu'elle n'est pas protégée par un label, est perçue comme authentique et locale. Dans la stratégie de branding adoptée par les entreprises, le rôle fondamental du nom du territoire d'origine s'affirme comme un élément de différenciation du produit. En ce sens, nous pourrions parler de *Country of Origin Effects* (COO), car, dans la communication, le lieu d'origine constitue une variable capable d'orienter les choix d'achat des consommateurs (cf. Jaffe, Nebenzahl 2008).

D'autre part, les mentions géographiques plus générales, telles que *Sardi* ou *di Sardegna*, étendent l'identité du produit à une région plus vaste. Cela confère une dimension régionale qui peut attirer un nombre plus important de consommateurs en quête du goût "typiquement sarde" (quel que soit le sens que l'on peut attribuer à cette expression) tout en permettant une flexibilité dans la localisation de la production ou de la distribution. Dans ce contexte, les entreprises jouent aussi sur des formules comme *Dolce tradizionale sardo* ou *Dal sapore della tradizione sarda*, ou encore, *Savoiaro tradizionale sardo*, qui évoquent la tradition régionale sans pour autant spécifier un lieu particulier.

Dans le cas du *Pistoccu*, bien que les fiches d'identification officielles ne rattachent pas explicitement le produit à une origine géographique unique, les fabricants choisissent d'ajouter des noms de lieux spécifiques, comme *Montresta*, *Armungia*, *Arzana*, *Lanusei*, *San Vito* ou *Villagrande*, aux dénominations de leurs produits :

Bistoccu di Montresta (Fancellu)
Pistoccu di Armungia (Pitzalis)
Pistoccu di Arzana (Stochino)
Pistoccu di Lanusei (Ferrelu)
Pistoccu di San Vito. Specialità tipica sarda (AP)
Pistoccu di Villagrande (Demurtas)

Ce choix stratégique vise à ancrer le produit dans une localité précise, créant ainsi un lien implicite avec un terroir particulier, même en l'absence de reconnaissance officielle d'un lieu d'origine.

Bien que les fiches d'identification indiquent que le *pane carasau* ne porte pas de nom géographique particulier, certaines marques choisissent d'associer subtilement ce pain traditionnel sarde à des lieux ou à des expressions valorisant ses origines régionales :

Carasau di Oliena (Tundu)

Pane carasau. Dalla Sardegna dei centenari. La ricetta classica della tradizione artigianale (Tipico)

Pane carasau (Sapori e dintorni, Imprentas)

Pane carasau. Specialità tipica della Sardegna (Sunalle)

Pane carasau. Ricetta Sarda (Sardelizie)

Pane carasatu integrale. Dalla Sardegna sfoglie sottili e croccanti (Panificio Ballacone)

Par exemple, l'appellation *Carasau di Oliena* (Tundu) fait directement référence à la ville d'Oliena, apportant une connotation d'authenticité et de provenance locale spécifique. D'autres formulations comme *Pane carasau. Dalla Sardegna dei centenari. La ricetta classica della tradizione artigianale* (Tipico) ou *Pane carasau. Specialità tipica della Sardegna* (Sunalle) évoquent le lien étroit entre ce produit et la Sardaigne, sans toutefois le rattacher à un lieu précis. Ces dénominations, bien que non protégées par un nom de lieu officiel, jouent sur l'image d'authenticité et de tradition en exploitant des expressions qui renvoient à l'histoire et aux particularités culturelles de la Sardaigne.

L'élément dialectal

Malgré un processus d'italianisation des dénominations en langue sarde, en toutes ses variantes, observable depuis des années et manifeste dans les fiches d'identification publiées par les deux organismes officiels, le marché témoigne d'une fidélité notable à la langue d'origine des produits. La *fregula*, par exemple, conserve son appellation sarde authentique, illustrant ainsi un attachement culturel et commercial qui dépasse les tentatives de standardisation linguistique :

Fregula (Morelli, F.lli Pinna)
Fregula sarda. I primi dalla Sardegna (Tanda & Spada)
Fregula tradizionale (Eticalimenta)
Fregula Sarda (Sardo sole, Corona)
Sa Fregula Sarda (La casa del grano)

On assiste toutefois à des opérations visant à aplatir la langue de ces dénominations sur l'italien¹¹ :

Pasta fregola. Pasta tipica sarda (Tiberino)
Fregola. Pasta Sarda (Sapore di sole)
Fregola tostata (Tipico)
Fregola pronta (Sardissimo)

Ces adaptations montrent une volonté d'uniformisation linguistique, peut-être destinée à renforcer l'accès du produit au marché national ou international tout en renvoyant au territoire et à l'authenticité sarde.

Une présence moins significative d'éléments dialectaux sardes a été observée dans le cas des *Biscotti Sardi*, où deux variantes dialectales ont été identifiées : *Pistokkedos di Sardegna*, *Minores di Fonni* et *Bistoccu*. Ce phénomène révèle une tension entre l'attachement aux dénominations auxquelles la langue régionale confère une forte composante émotive et donc très représentative des savoirs d'une communauté et la nécessité de les adapter pour des raisons commerciales, illustrant l'équilibre délicat que recherchent les produits régionaux pour garder leur authenticité et se positionner sur des marchés plus larges.

Un exemple de cette dynamique se manifeste avec le *Pistoccu*, qui apparaît également sur le marché sous ses différentes variantes, telles que *Pistokku* (Cospat) et *Su Pistoccu* (il Vecchio forno).

De même, dans le cas des *Amarettos* (Anna P), la dénomination dialectale se trouve en concurrence avec son équivalent italien : *Amaretti. Dolcexxe di Sardegna* (Tre Janas). D'une part, on mise sur les formes dialectales, intrinsèquement porteuses de

¹¹ Sur le lien possible entre le terme italien *fregola* et le terme sarde *fregula*, nous renvoyons à l'article de Di Carlo publié dans la rubrique "Consulenza linguistica" de l'Accademia della Crusca : <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/fregola-o-fregula/27373>

tradition et d'authenticité ; d'autre part, on observe une préférence pour la clarté énonciative de la dénomination italienne, tout en utilisant le toponyme pour souligner la dimension locale du produit.

À l'opposé de cette tendance, on observe un phénomène de substitution de la variante dialectale par son équivalent italien dans le cas des *Mustazzolos*, qui tend à être remplacée par la variante italienne *Mostaccioli* :

Mostaccioli di Oristano (Sapori dell'Isola)
Mostaccioli di Sardegna (Terra Sarda, Tipico)
Mostaccioli sardi (Isola dei mori)

L'usage d'un élément dialectal est parfois accompagné d'une expression plus explicite. On observe cela avec des exemples comme :

Bistoccu. Savoiano tradizionale sardo (Battaccone)
Su Pistoccu. Pane tipico sardo (Il Vecchio Forno)
Pistokku. Pane tipico prodotto in Sardegna (Cospat)

Cette combinaison, qui associe un terme local à une description plus détaillée en italien, permet de clarifier la nature et l'origine du produit pour un public plus large, notamment pour les consommateurs moins familiers avec le dialecte. Ce type de structure répond à une double exigence. D'un côté, il séduit les consommateurs en quête d'authenticité et d'une expérience locale grâce à l'utilisation du dialecte. De l'autre, il propose une présentation claire et accessible, particulièrement importante pour ceux qui ne maîtrisent pas le contexte culturel ou linguistique local. En outre, cette approche améliore également le référencement en ligne en combinant l'originalité des termes dialectaux avec des mots-clés pertinents dans l'expression explicite.

Conclusion

L'analyse que nous avons menée, ainsi que l'enquête qui en découle, permet de dresser un premier bilan sur le rôle fondamental de la dénomination dans la transmission de savoirs et de savoir-faire, ainsi que dans la diffusion et la valorisation des produits gastronomiques. Notre étude s'est concentrée sur les produits des secteurs de la boulangerie, biscuiterie, pâtisserie, confiserie et pâtes fraîches. En nous appuyant sur les documents officiels publiés par deux organismes compétents, à savoir la Région Sardaigne et l'Agence régionale pour le développement agricole, LaoreSardegna, nous avons réalisé une analyse linguistique des dénominations de ce secteur.

Dans un premier temps, nous avons identifié les caractéristiques formelles des termes, en les classifiant en unités simples et complexes. Par ailleurs, notre étude a mis en lumière les dénominations bénéficiant de variantes. Nous avons observé que de nombreux termes identifiés possèdent une ou plusieurs variantes, dont une part significative est d'origine dialectale. Parallèlement, il est intéressant de noter les tentatives d'italianisation qui se manifestent dans certains produits.

Dans la seconde partie de notre étude, en nous appuyant sur un corpus constitué des plateformes de vente en ligne des produits agroalimentaires sardes, nous avons exploré les stratégies de marketing qui sous-tendent la commercialisation des produits sélectionnés, en particulier en ce qui concerne leur dénomination. Nous avons ainsi identifié trois stratégies principales : le recours à des structures dénominatives polylexicales, la toponymisation, souvent associée à une stratégie de typification, et l'utilisation d'éléments dialectaux dans les dénominations. Dans ce dernier cas, malgré la résistance des formes dialectales, nous avons relevé une tendance à leur italianisation, ce qui soulève des questions intéressantes sur l'authenticité des produits.

Ce travail met en lumière divers aspects du système dénominatif du domaine agroalimentaire d'un pays ou d'une région. La complexité du système dénominatif du domaine que nous avons examiné résulte d'une multitude de facteurs qui s'entrelacent et s'influencent mutuellement. Tout d'abord, la diversité des

dénominations, qui varie en fonction de facteurs géographiques, culturels et dialectaux, reflète la richesse de la tradition gastronomique sarde. Les variantes locales non seulement enrichissent le paysage des noms, mais mettent également en lumière les particularités des recettes et des méthodes de production, contribuant ainsi à une identité régionale distinctive.

Ensuite, l'évolution linguistique et les tendances d'italianisation ajoutent une couche de complexité supplémentaire. Les producteurs, en cherchant à valoriser les traditions locales, se retrouvent souvent confrontés à la nécessité d'attirer un marché plus large, souvent associé à la langue et à la culture italiennes. Cette situation engendre une tension constante entre l'authenticité du produit et les exigences commerciales, car les choix de dénomination peuvent affecter la perception du consommateur.

Enfin, le système dénominatif est également influencé par les stratégies de marketing adoptées par les entreprises. En effet, la coexistence de plusieurs solutions dénominatives produit des effets dans la communication. Celles-ci peuvent tenter de tirer parti de l'attrait du territoire pour différencier leurs produits tout en répondant à une demande de standardisation de la part des consommateurs. Ce processus illustre des migrations dénominatives internes, où les formes dialectales, toponymiques ou complexes évoluent pour répondre aux exigences d'un marché plus large, tout en cherchant à préserver une part d'authenticité locale. Ces migrations traduisent donc un dynamisme où cohabitent tradition et authenticité, innovation et contraintes commerciales.

Bibliographie

- Asero, Vincenzo, Patti, Sebastiano (2009), *Prodotti enogastronomici e territorio: la proposta dell'enoturismo*, in Becheri Emilio (éd.), *XVI Rapporto sul Turismo Italiano*, Milan, FrancoAngeli, pp. 637-649.
- Bérard, Laurence, Marchenay, Philippe (1995), *Lieux, temps et preuves. La construction sociale des produits de terroir*, « Terrain », vol. 24, pp. 153-164. DOI : <https://doi.org/10.4000/terrain.3128> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Bonnain-Dulon, Rolande, Brochot, Aline (2004), *De l'authenticité des produits alimentaires*, « Ruralia », vol. 14. DOI : <http://journals.openedition.org/ruralia/969> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Boyer, Henri (2008), *Fonctionnements sociolinguistiques de la dénomination toponymique*, « Mots. Les langages du politique », vol. 86, pp. 9-21. DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.12962> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Cabré, Maria Teresa (2003), *Theories of Terminology. Their Description, Prescription and Explanation*, « Terminology », vol. 9, n. 2, pp. 163-199. DOI : <https://doi.org/10.1075/term.9.2.03cab> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Camus, Sandra (2010), *L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste*, « Gestion 2000 », vol. 27, n. 1, pp. 101-117.
- Chessa, Francesca, De Giovanni, Cosimo (2024), *Les produits fromagers AOP et IGP français et italiens. Pour une sémantique de la dénomination appliquée à la terminologie*, « Roczniki Humanistyczne », vol. 72, n. 8, pp. 35-47. DOI : <https://doi.org/10.18290/rh24728.2> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Delfosse, Claire (1997), *Noms de pays et produits du terroir : enjeux des dénominations géographiques*, « L'Espace géographique », vol. 26, n. 3, pp. 222-230. DOI : <https://doi.org/10.3406/spgeo.1997.1076> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Ead. (2006), *La localisation de la production fromagère : évolutions des approches géographiques*, « Géocarrefour », vol. 81, n. 4, pp. 311-318. DOI : <https://doi.org/10.4000/geocarrefour.1674> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Ead. (éd.) (2011), *La mode du terroir et les produits alimentaires*, Paris, Les Indes savantes.
- Ead. (2013), *Produits de terroir et territoires. Des riches heures du développement rural à la gouvernance métropolitaine*, « Sud-Ouest européen », vol. 35, pp. 17-29. DOI : <https://doi.org/10.4000/soe.549> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Devilla, Lorenzo (2015), *Le rôle de la gastronomie dans la représentation de l'identité régionale sarde*, in Paissa Paola, Rigat Françoise, Vittoz Marie-Berthe (éd.), *Dans l'amour des mots*, Alessandria, Edizioni dell'Orso, pp. 219-229.

- Humbley, John (2012), *Retour aux origines de la terminologie : l'acte de dénomination*, « Langue française », vol. 174, n. 2, pp. 111-125. DOI : <https://doi.org/10.3917/lf.174.0111> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Jaffe, Eugene D., Nebenzahl, Israel D. (2008), *Made in*, Milano, Baldini Castoldi Dalai editore.
- Kocourek, Rostislav (1982), *La langue française de la technique et de la science*, Wiesbaden, Brandstetter.
- Parizot, Anne (2014), *Art des mets... art des mots*, « Anthropology of food » [Online], Varia articles 2008-2024, <http://journals.openedition.org/aof/7454> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Petit, Gérard (2009), *La dénomination. Approches lexicologique et terminologique*, Paris, Peeters.
- Renard, Jean (éd.) (1995), *Terroirs et Territoires. Travaux de la Commission de Géographie Rurale du Comité National de Géographie*, « Cahiers du Centre nantais de recherche pour l'aménagement régional », vol. 43, pp. 5-92.
- Sager, Juan (1990), *A Practical Course in Terminology Processing*, Amsterdam/Philadelphie, John Benjamins Publishing.
- Salvador, Marielle (2018), *Les produits alimentaires locaux, des éléments de l'authenticité de l'expérience touristique*, « Management & Avenir », vol. 104, n. 6, pp. 57-78. DOI : <https://doi.org/10.3917/mav.104.0057> (dernier accès le 13 octobre 2024).

Sitographie

- Agenzia regionale per lo sviluppo agricolo, LaoreSardegna, *Prodotti tradizionali. Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria*, <https://www.agenzialaore.it/index.php?xsl=2933&s=44984&v=2&c=95410&t=1> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Decreto 8 settembre 1999, n. 350. Regolamento recante norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali di cui all'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173, « Gazzetta Ufficiale », n. 240 del 12.10.1999, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1999/10/12/099G0423/sg> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Di Carlo, Miriam (2013), *Fregola o fregula?*, <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/fregola-o-fregula/27373> (dernier accès le 15 octobre 2024).

- Lenglet, Françoise (2023), *Le rôle de l'identité dans la consommation locale et extra-locale des aliments à marquage d'origine : une analyse par les proximités spatiale et identitaire*, in Lecompte Agnès, Damak Leila (éd.), 39e Congrès international de l'Association française du marketing. Responsabilité(s) et pratique du marketing, Vannes, 10-12 mai 2023, https://www.researchgate.net/publication/370698068_LE_ROLE_DE_L'IDENTITE_DANS_LA_CONSOMMATION_LOCALE_ET_EXTRA-LOCALE_DES_ALIMENTS_A_MARQUAGE_D'ORIGINE_UNE_ANALYSE_PAR_LES_PROXIMITES_SPATIALE_ET_IDENTITAIRE_Congres_de_l'Association_Francaise_du_Marketing (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Regione Autonoma della Sardegna, *Elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali*, <https://www.regione.sardegna.it/atti-bandi-archivi/atti-amministrativi/liste-elenchi/elenco-dei-prodotti-agroalimentari-tradizionali> (dernier accès le 13 octobre 2024).

Corpus

- Discover Sardinia, <https://www.discoversardinia.shop/> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Isolas, <https://www.isolas.it/> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- KaraSardegna, <https://www.karasardegna.it/> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Prodotti tipici sardi, <https://prodottitipicisardi.store/> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Sardinia ecommerce, <https://www.sardiniaecommerce.it/> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Tesori sardi, <https://www.tesorisardi.com/> (dernier accès le 15 octobre 2024).

Notes biographiques

Francesca Chessa est Maîtresse de conférences en linguistique française à l'Université de Cagliari, où elle enseigne la Traduction et l'Interprétation. Elle est titulaire d'un diplôme en interprétation de conférence, obtenu auprès de l'École supérieure de langues modernes pour interprètes et traducteurs de l'Université de Trieste. Ses recherches portent sur la terminologie, la lexicographie et la traduction. Elle vient de publier *Tradurre il francese* (il Mulino, 2024).

fchessa@unica.it

Cosimo De Giovanni est enseignant-chercheur en linguistique française à l'Université de Cagliari. Il est titulaire d'un doctorat en lexicographie et linguistique de corpus obtenu auprès des Universités de Bari et de Lorient (Université Bretagne-Sud). Ses recherches portent sur la lexicologie, la lexicographie, la métalexigraphie historique, la phraséologie et la terminologie. Il est actuellement Président de l'*Associazione italiana de phraséologie et de parémiologie (Phrasis)*.

cdegiovanni@unica.it

Comment citer cet article

Chessa, Francesca et De Giovanni, Cosimo (2024), *Migrations dénominatives internes des produits gastronomiques sardes. Entre linguistique et marketing*, «Scritture Migranti», n. 18 pp. 135-162.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

CONTAMINAZIONI E MIGRAZIONI GASTRONOMICHE NELLE RICETTE DI JEHANE BENOÎT
“GRANDE DAME” DELLA CUCINA CANADESE

Sergio Piraro

Attraverso le pubblicazioni di Jehane Benoît, celebre autrice quebecchese di ricettari della metà del secolo scorso, cercheremo di mettere in evidenza alcuni aspetti sociolinguistici della cucina quebecchese. L'analisi dell'*Encyclopédie de la cuisine canadienne*, una delle sue opere più importanti, e di alcune riviste gastronomiche a cui ha collaborato, ha permesso di constatarne l'importanza come mediatrice e vettore di trasmissione delle tradizioni gastronomiche sia locali che straniere negli anni '50 in Québec, mostrando il ruolo fondamentale della cucina nei processi di integrazione socioculturale e di affermazione identitaria all'interno della società canadese.

Parole chiave

Libro di cucina; Cultura; Québec; Relazione; Ricette.

GASTRONOMIC CONTAMINATIONS AND MIGRATIONS IN THE RECIPES OF JEHANE BENOÎT,
“GRANDE DAME” OF CANADIAN CUISINE

Through the publications of Jehane Benoît, a famous Quebecois cookbook writer in the middle of the last century, we will try to highlight some sociolinguistic aspects of Quebec cuisine. The analysis of the *Encyclopédie de la cuisine canadienne*, one of her most important works, as well as of some gastronomic magazines where it is possible to find some of her recipes, have made it possible to ascertain her importance as a mediator and vector of transmission of foreign gastronomic traditions to Quebec housewives in the 1950s.

Keywords

Cookbook; Culture; Quebec; Relationship; Recipes.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21197>

CONTAMINAZIONI E MIGRAZIONI GASTRONOMICHE NELLE
RICETTE DI JEHANE BENOÎT “GRANDE DAME” DELLA CUCINA
CANADESE

Sergio Piraro

Introduzione

La storia della cucina quebecchese può essere divisa in vari periodi. Nel XVII secolo, le popolazioni indigene del Québec utilizzavano ingredienti locali come selvaggina, pesce, frutti di bosco e noci. Tecniche come l'affumicatura e l'essiccazione sono state fondamentali per la conservazione del cibo ed hanno gettato le basi per il variegato patrimonio culinario del Québec. In seguito, l'arrivo dei coloni francesi introdusse nuovi sapori e metodi di cottura: non è un caso infatti se piatti come stufati e pasticcini sono diventati centrali nella cucina del Québec, poiché riflettono le tradizioni culinarie francesi che si fondono con gli ingredienti locali.

Il dominio britannico, nel XVIII e XIX secolo, portò poi un'ulteriore diversità culinaria. L'introduzione del tè, dei prodotti da forno e delle conserve, influenzò in modo significativo le abitudini alimentari locali, integrandole alle pratiche vittoriane. Infine, nel corso del XX secolo, ondate di immigrati, provenienti da varie culture, hanno contribuito a differenziare e a variegare la scena gastronomica quebecchese. Gli immigrati italiani, portoghesi e asiatici hanno portato sapori e stili culinari unici, arricchendo il mosaico gastronomico della provincia con la creazione di piatti innovativi.

I libri di cucina raccontano la storia di un'epoca e, per questa ragione, bisogna riconoscerne il loro interesse non soltanto letterario, ma anche e soprattutto linguistico e socioculturale.

Nel Québec, è il caso del volume *L'Encyclopédie de la cuisine canadienne* di Jehane Benoît (1963)¹¹⁹. Menzionato come fonte di ispirazione o riferimento da chef stellati, come Martin Picard (2006), *L'Encyclopédie* figura in una serie di svariate produzioni artistiche e mediatiche¹²⁰. Con Jehane Benoît «les habitudes gastronomiques canadiennes-françaises puis québécoises ont commencé à se raffiner» (Baillargeon, 2011).

In questo articolo, prenderemo in esame il periodo compreso tra il 1950 ed il 1960 e metteremo in luce parte del suo valore culturale. Successivamente, attraverso l'esplorazione di una rivista femminile, *La Revue moderne*¹²¹, proporremo un'analisi sociolinguistica della cucina quebecchese. Per fare questo, cercheremo di circoscrivere il genere testuale che costituisce il libro di cucina ed al contempo evidenzieremo la metodologia utilizzata per procedere allo spoglio del corpus de *La Revue moderne*¹²².

Jehane Benoît e i libri di cucina

Se i primi testi di cucina sono apparsi con la stampa¹²³, è solo nel XIX secolo che appaiono i libri di cucina casalinga scritti da donne per le donne. Il primo,

¹¹⁹ Nell'Appendice a *L'Encyclopédie*, si legge: «On n'a pas à présenter Madame Jehane Benoît au public canadien: personnalité de la télévision et de la radio, conférencière, écrivain spécialiste des questions culinaires, elle occupe une place véritablement à part parmi les experts, et dès qu'il est question de cuisine, c'est à elle, et l'on pourrait presque dire, à elle seule, que l'on pense au Canada français» (p.8). È stata la prima a pubblicare un'Enciclopedia sulla cucina canadese. Tradotta in inglese, due anni dopo, è stata più volte ristampata e ancora oggi viene consultata.

¹²⁰ Occupa, per esempio, un posto centrale nella terza parte della trilogia di Alexis Martin (2016).

¹²¹ Mensile fondato nel 1919 da Anne-Marie Gleason. «La Revue moderne», Montréal, da novembre 1919 a giugno 1960. In seguito ad una fusione, nel 1960 prende il nome di «Châtelaine».

¹²² Questa fonte è disponibile online sul sito Bibliothèque et Archives nationales du Québec.

¹²³ Stephen Mennell in *Français et Anglais à table du Moyen Âge à nos jours* precisa che «[l]es livres de cuisine figurent parmi les premiers ouvrages imprimés. Le tout premier livre de cuisine imprimé fut sans doute le célèbre *Kuchenmeisterey*, qui fut publié à Nuremberg 1485 et qui connut 56 rééditions, dont 13 incunables». Citazione tratta dalla versione francese di *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, 1985. Il primo libro di cucina stampato in Francia è *Le Viandier* nel 1486 (una versione aggiornata del *Viandier* di Guillaume Tirrel, il più celebre libro di cucina medievale), Massimo Montanari et Jean-Louis Flandrin (1996).

scritto in Québec, venne pubblicato nel 1840¹²⁴ ed era destinato alle casalinghe come indica il titolo: *La cuisinière canadienne* (1840)¹²⁵. Questo libro conferma la presenza e l'integrazione nelle pratiche culinarie dell'epoca di varie componenti culturali: la tradizione francese¹²⁶, l'incontro con l'America¹²⁷ e l'influenza britannica¹²⁸. Tale volume¹²⁹ contiene molte parole inglesi, per esempio, *barley* (orzo) nella ricetta *Soupe à l'orge pelée, (Barley)*¹³⁰. In alcune ricette, si trovano anche parole che gli autori hanno cercato di francesizzare, per esempio, *pipperminte* (pepperminte)¹³¹ e *pouding* (pudding)¹³².

Alcune unità di misura presenti nel testo, come la *chopine*¹³³ e la *pinte*¹³⁴, vennero utilizzate nel Québec fino al 1960 e oltre. Le misure rilevate nel testo sono

¹²⁴ In Francia, nonostante una tradizione molto più antica, le autrici femminili si affermano solo durante il periodo delle due guerre mondiali. Tra le altre ricordiamo, Saint-Ange, E. (pseudonimo di Marie Ébrard) (1927), *Le livre de cuisine de Mme E. Saint-Ange. Recettes et méthodes de la bonne cuisine française*, Paris, Larousse [pubblicato altre sei volte tra il 1952 ed il 2005], 1375 p.; Ginette, Mathiot (1932), *Je sais cuisiner*, Paris, Albin Michel [pubblicato altre dieci volte tra il 1950 ed il 2013], 700 p.

¹²⁵ Nella sua edizione originale era un'opera di piccolo formato, un libretto.

¹²⁶ La cucina franco-canadese unisce le varie correnti culturali: essa non è francese e neanche britannica ma integra queste identità.

¹²⁷ I piatti presentati in tale libro uniscono, alla base francese, vari alimenti legati al territorio come la selvaggina ed i prodotti dell'acero.

¹²⁸ A parte i prestiti diretti alla cucina britannica come le ricette di «plume pudding» o di «roast beef», vi è l'apparizione di nuovi piatti così come di nuovi alimenti lasciati in eredità dalla tradizione britannica.

¹²⁹ L'edizione da noi consultata ([S. n.] 1865) è disponibile online all'indirizzo URL: https://diffusion.banq.qc.ca/pdfjs-3.10.111-dist_banq/web/pdf.php/E3oyD7wJ9eV61-LDHToBQg.pdf

¹³⁰ «Soupe à l'orge pelée, (Barley).—Même procédé que pour le riz, seulement qu'il faut que le barley bouille durant deux heures. On y peut mêler un peu de chou, carottes, persil, navets» (ivi, 26).

¹³¹ «Liquore de minte (peppermint).—Jetez de l'essence de peppermint dans du rum blanc à votre goût; faites un sirop que vous mettez avec votre rum et peppermint sur le feu, en remuant; écumez et mettez en bouteille» (ivi, 220).

¹³² «Pudding cuit au four.—Prenez cinq œufs, ôtez un jaune, prenez cinq cuillerées de fleur, du sucre au goût, de la muscade râpée un peu grosse, du gingembre si vous voulez; deux cuillerées de bon beurre fondu, battez le tout un peu longtemps, ajoutez ensuite une chopine de crème ou de bon lait frais; battez de nouveau pour mêler le tout, graissez un plat, qu'il soit assez grand pour n'être pas absolument plein, qu'il s'en manque environ un bon doigt; alors versez le tout et faites cuire dans un four ou poêle un peu chaud» (ivi, 118).

¹³³ Utilizzata in una trentina di ricette, corrispondeva a circa mezzo litro, cioè la metà di una pinta. Per esempio nella ricetta del «Café au lait.—Faites bouillir une moyenne cuillerée de café moulu dans une chopine de lait pendant un quart d'heure, ajoutez ensuite un petit morceau de colle de poisson pour le clarifier, et laissez-le encore bouillir quelques minutes: ensuite, vous le mettez près du feu pour qu'il repose» (ivi, 217).

¹³⁴ Utilizzata generalmente per i vini ed i liquori, equivaleva a poco meno di un litro. Per esempio nella ricetta «Glace à la vanille.—Prenez un demi-gros de vanille, huit onces de sucre; faites bouillir dans une demi-pinte de lait, passez au tamis et faites glacer» (ivi, 186).

di origine francese, tuttavia la parola *tasse*¹³⁵ sembra essere di origine americana e non britannica. Probabilmente, l'editore del libro, essendo stato esiliato negli Stati Uniti, al suo rientro in patria aveva portato con sé delle opere americane e questo, spiegherebbe l'uso di questo termine. Alla luce di questi esempi, si può affermare che tale volume rappresenta un modello di un'economia casalinga, saggia e proporzionata alle possibilità delle famiglie canadesi.

Nel XX secolo possiamo individuare quattro principali forme di pubblicazione dei libri di cucina casalinga: i manuali di insegnamento casalingo, le pubblicazioni aziendali, i libri di cucina collettivi ed i libri di cucina professionali. Queste pubblicazioni si distinguono principalmente per il profilo dei loro autori e per il loro progetto di trasmissione dei saperi. In Québec, per quanto riguarda l'insegnamento domestico, sono soprattutto le congregazioni religiose femminili che si assumono la responsabilità di tale insegnamento e della redazione di manuali. Tra i vari libri, il più conosciuto rimane *La cuisine raisonnée* (1919)¹³⁶, delle Suore della Congregazione di Notre-Dame, utilizzato fino alla chiusura degli istituti familiari alla fine degli anni '60. A tal proposito, Jehane Benoît fu una pioniera aprendo a Montréal una scuola di cucina inglese e francese, *Au fumet de la vieille France*, che ha attirato circa 8000 studenti in quattro anni¹³⁷. Vi aggiunge, poi, un ristorante, il *Salad Bar*¹³⁸. A partire da questo periodo, pubblica i suoi primi libri di cucina: *Les meilleures recettes de Jehane P. Benoît* (1949), *Secrets et recettes du cahier de ma grand-mère* (1959).

Con l'industrializzazione, le pubblicazioni d'impresa offerte a basso costo, quando non sono gratuite, hanno un carattere promozionale. Anche Jehane Benoît

¹³⁵ «Cookery (chiefly n: Amer.). A measure of capacity equal to the amount it takes to fill a cup [...] used for measuring dry or liquid ingredients by volume». (*Oxford English Dictionary*). Presente in varie ricette tra cui «Biscuits à l'anglaise.-Trois tasses de sucre, trois œufs, une tasse de beurre, une tasse de lait, un peu de perlasse; ne la faites pas aussi épaisse que la pâte au pain de savoie, et mettez dans des moules» ([S. n.] 1865-124).

¹³⁶ Tale libro, che ha avuto 15 edizioni dal 1919 al 2008, è sempre attuale. Secondo lo chef Daniel Vézina «C'est un livre mythique que j'ai vu dans les mains de plusieurs personnes. [...] C'est un livre qui véhicule beaucoup de valeurs, et des valeurs qui sont très actuelles», dice lo chef Daniel Vézina, che ha scritto la prefazione alla nuovissima edizione, che è stata scritta dalle suore della Congregazione di Notre-Dame. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/premiere/emissions/les-eclaireurs/segments/entrevue>. Pubblicata il 31 ottobre 2018.

¹³⁷ <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/benoit-jehane>.

¹³⁸ Viene considerato il primo ristorante vegetariano di Montréal.

parteciperà a questo tipo di pubblicazione. Il ricettario collettivo, invece, riunisce ricette fornite dai membri di un gruppo come organizzazioni, associazioni e comunità, il più delle volte femminili. Tranne qualche eccezione, la diffusione di questi libri è piuttosto circoscritta geograficamente. Tra queste eccezioni, segnaliamo l'impatto ottenuto dal libro *Qu'est-ce qu'on mange?* (1989). L'ultima forma di ricettario sono i libri specializzati che corrispondono ad opere destinate alla distribuzione nelle librerie.

L'Encyclopédie de la cuisine canadienne è un chiaro esempio di questo tipo di libro. Scritto da un'autrice di successo, si tratta di un'opera generalista sul tema della cucina quotidiana, pubblicata da editori di successo come *Les Messageries du Saint-Laurent*¹³⁹. Tale volume propone una lettura specifica delle ricette di cucina con il suo particolare progetto editoriale, ovvero porre l'accento sull'esistenza di una cucina nazionale, precisando, al contempo, una serie di regole fondamentali e imprescindibili da rispettare in cucina.

Nonostante l'importanza e la popolarità di quest'opera che, in qualche modo, cerca di far guadagnare ai libri di cucina quel riconoscimento e quella dignità di genere testuale mai ottenuti, tali testi godono di un riconoscimento istituzionale limitato. Ancora ai giorni nostri, questo genere sembra non godere di un adeguato riconoscimento: ne è una prova, l'assenza di una definizione di «libro di cucina» e di «libro di ricette»¹⁴⁰ nelle opere di riferimento in lingua francese, come i dizionari *Le Petit Robert*, *Larousse* e *Usito* i quali non forniscono una definizione, perché come nomi composti vengono trattati come sotto voci.

Nei tre dizionari, troviamo infatti libro di cucina e libro di ricette sotto le voci «cuisine»¹⁴¹ e «recette»¹⁴², ma non compare nessuna delle due sotto la voce «livre».

¹³⁹ Casa editrice fondata nel 1960 da Pierre Tisseyre.

¹⁴⁰ Termium (TERMIUM Plus®, la banca dati terminologica e linguistica del governo canadese) distingue le due espressioni come segue: «Il peut être utile de faire la distinction entre ces deux expressions. Le livre de recettes ne contient que des recettes, alors que le livre de cuisine contient en plus des renseignements généraux sur la cuisine».

http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alphafra.html?lang=eng&i=1&srchtxt=BOOK+CUISINE&index=alt&codom2nd_wet=1#resultrecs.

¹⁴¹ «Cuisine», Usito. URL : <https://www.usito.com/dictio/#/contenu/cuisine.ad>; «Cuisine», Larousse en ligne. URL : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/cuisine/20963/locution>.

Questa assenza denota la posizione marginale occupata dal libro di cucina nel campo “semantico” ufficiale del libro e per estensione nel campo letterario in generale. La definizione utilizzata da Wikipedia in francese è simile alle definizioni precedenti: «Un libro di cucina è una raccolta di ricette o di considerazioni gastronomiche»¹⁴³.

Se le ricette restano l'elemento centrale, questa definizione fornisce alcuni chiarimenti. Essa introduce con il termine “raccolta” l'idea di una selezione, di un assemblaggio di brani scelti, mentre l'uso della congiunzione disgiuntiva “o” permette di sottolineare un'altra caratteristica importante, quale la possibilità di non trovare esclusivamente ricette ma anche o soltanto “considerazioni gastronomiche”. Il termine “considerazioni” colloca infatti le osservazioni in una dimensione più riflessiva e soggettiva che direttiva o informativa. L'aggettivo “gastronomico”, da parte sua, si riferisce a questo stato perfezionato della cucina – l'arte del buon cibo¹⁴⁴ – piuttosto che al suo insieme. Sebbene queste definizioni forniscano informazioni sui principali elementi che compongono il libro di cucina e sulla sua forma più frequente, esse non riescono a rendere conto della complessità dell'oggetto, della molteplicità di forme che può assumere e lasciano solo appena intravedere la logica della sua composizione e del suo funzionamento. In pratica, queste poche definizioni non danno al ricettario casalingo la giusta importanza.

L'Encyclopédie, caratteristiche dell'opera

In occasione del lancio de *L'Encyclopédie*, Françoise Kayler¹⁴⁵ ha descritto l'opera, a beneficio dei suoi lettori de *La Presse*¹⁴⁶. Il libro ha una struttura in 50

¹⁴² «Recette», Usito. URL: <https://www.usito.com/dictio/#/contenu/recette.ad> Si noti che l'espressione viene usata anche nel campo finanziario.

¹⁴³ «Livre de cuisine», Wikipédia. URL: https://fr.wikipedia.org/wiki/Livre_de_cuisine.

¹⁴⁴ «Gastronomie», Usito et CNRTL. URL: <http://www.cnrtl.fr/definition/gastronomie>.

¹⁴⁵ Françoise Kayler è stata una giornalista e critica gastronomica della fine degli anni '60. Ha scritto per *La Presse* e, per più di quarant'anni, è stata la critica culinaria più importante del Québec.

¹⁴⁶ «La Presse» è un quotidiano fondato nel 1884 a Montréal da William-Edmond Blumhart. Attualmente è un giornale online in lingua francese pubblicato quotidianamente.

capitoli, riassunta nell'indice posto all'inizio del libro (appendice B), che organizzano le ricette tematicamente e forniscono all'autrice l'opportunità di sviluppare un argomento specifico per questa categoria, per esempio i principi base della preparazione di un piatto o gli elementi base del sandwich (Benoît 1963, 447).

Il contenuto dei suoi capitoli varia: alcuni riguardano una tipologia di piatti, esempio antipasti e tartine, panini, ecc., altri un alimento, esempio agnello, uova, ecc. o una categoria di alimenti, esempio verdura, formaggi, ecc., altri ancora presentano una tecnica o uno strumento di preparazione, esempio i girarrosti, il frullatore elettrico, le conserve, ecc. ed infine alcuni capitoli riuniscono informazioni che concernono un tema più specifico, esempio aritmetica in cucina e salute, consigli per le giovani spose, ecc.

Le caratteristiche formali e strutturali di tale opera hanno come effetto quello di moltiplicare le possibilità di lettura. Tali caratteristiche, che potrebbero sembrare dettate solo da un'esigenza di funzionalità, rivelano in realtà la particolarità di un progetto editoriale molto più complesso. In breve, l'indice propone dei percorsi molto precisi che conducono ad una ricetta o ad una informazione, mentre i capitoli permettono di circoscrivere la lettura. In tal modo, vedremo che alcune ricette provengono da tradizioni culinarie di diverse nazionalità, per esempio cinese o italiana che tratteremo successivamente.

Il libro di cucina, quindi, attraverso la suddivisione in capitoli, presenta una struttura e anche una certa idea degli alimenti, mentre l'indice rende le ricette più facilmente reperibili e permette una rapida consultazione. In tale contesto, la voce dell'autrice si insinua tra le ricette dando spazio a suggerimenti e consigli tecnici. La salsa olandese, per esempio, privilegiava la tecnica della padella e non quella del bagnomaria, per evitare che andasse a male.

La selezione delle ricette propone due criteri secondo la prefazione dell'editore. Il primo è quello di raccogliere le ricette che riguardano tutti gli aspetti

della cucina canadese¹⁴⁷ con l'obiettivo di farla conoscere e conservarla. Il secondo criterio è quello della rivisitazione di ricette pratiche e utili a tutti. Le ricette scelte per costituire il repertorio della cucina canadese sono anche selezionate in funzione della disponibilità dei suoi ingredienti¹⁴⁸ e della comprensione delle sue spiegazioni. Per lei, queste sono le regole fondamentali della cucina, fornite insieme ai capitoli, che danno accesso alla libertà in cucina, poiché una ricetta è, nelle sue parole, «un thème sur lequel une cuisinière intelligente exécute à chaque fois une variation différente» (Benoît 1963, 11).

Alle origini della cucina quebecchese: ricette e commenti

L'Encyclopédie riflette la storia, la geografia e l'ingegno gastronomico del popolo quebecchese. I piatti di tradizione francese, trasmessi nel Québec da madre in figlia, hanno subito numerosi cambiamenti perché hanno dovuto adattarsi ai prodotti delle foreste, delle pianure, dei laghi, dei fiumi e del mare, tutti soggetti a delle rigorose stagioni. La cucina quebecchese è, dunque, di tradizione francese ma di ispirazione canadese. Gli indiani insegnarono ai colonizzatori francesi ad affumicare la carne nelle loro tende, a grigliare il pesce sotto i tronchi di acero, a trovare il prezzemolo nel bosco e a trovare le erbe mediche.

I Gesuiti si accorsero che un residuo zuccherino si depositava sulla carne della selvaggina, bollita in una linfa. Sembra essere questa l'origine dello sciroppo d'acero, questo delizioso dessert del Québec che si mangia ancora oggi. I Canadesi sono amanti di grano saraceno, eredità bretone. Le crêpes nel Québec prendono il nome di frittelle. A volte, vengono mangiate con il burro e lo zucchero, ma più spesso con la melassa. Lo zucchero di canna, la melassa e le spezie furono portate dagli inglesi. Altra influenza bretone: la grande pagnotta di pane con lievito madre di patate, cotta

¹⁴⁷ La cucina canadese è unica al mondo. Infatti, ha conciliato la cucina francese con tutte le sue raffinatezze, la cucina americana, la cui apparente semplicità nasconde una ricchezza ed una complessità straordinarie, e infine la cucina tradizionale del Québec.

¹⁴⁸ L'argomento è ripreso nella pubblicità dell'epoca: gli opuscoli sono disponibili presso Steinberg, che specifica che tutti gli ingredienti sono disponibili anche lì; pubblicità su «La Presse», 14 dicembre 1963, p. 25.

sul fuoco a legna. In Canada prese il nome di «pain sur la sole», perché veniva cucinata sulla base in pietra di un forno, riscaldato con legna d'acero molto secca. Nel Québec, ancora oggi esistono questi forni¹⁴⁹.

Dalla regione del Poitou, la cucina quebecchese ha conservato le omelette al lardo e le crêpes croccanti, mentre dalla Normandia ha ereditato l'anatra alle mele, le crêpes alle mele, stufati e zuppe. La «cipaille», piatto natalizio, è un tipico esempio di trasformazione di una ricetta d'origine inglese. Durante l'epoca coloniale, gli inglesi mangiavano la «sea pie», un piatto a sei strati di pasta frolla ripiena di pesce, di patate e cipolle tagliate sottili, il tutto copiosamente spruzzato con acqua salata e cotta al forno per varie ore. I francesi del Canada cambiarono il loro nome in «six pâtes». Ma, alla lunga, il nome venne cambiato nuovamente in «cipaille» che si avvicinava al nome inglese, mentre la ricetta se ne discostava totalmente (Benoît 1963, 11)¹⁵⁰. Si tratta di una delle prelibatezze gastronomiche del Québec.

Nell'*Encyclopédie*, la selezione delle ricette procede secondo due logiche. La prima è quella di riunire le ricette che costituiscono tutti gli aspetti della cucina canadese allo scopo di farla conoscere e di conservarla. Come abbiamo avuto già modo di sottolineare, la cucina canadese è unica al mondo per il fatto di aver saputo coniugare in maniera armonica, la cucina francese con tutte le sue raffinatezze, la cucina americana la cui semplicità apparente nasconde una ricchezza ed una complessità straordinarie, ed infine la cucina tradizionale quebecchese.

La seconda logica è quella della recensione di ricette pratiche e utili a tutti. Le ricette scelte per costituire il repertorio della cucina canadese sono selezionate in funzione della reperibilità dei suoi ingredienti e si caratterizzano per la chiarezza delle spiegazioni nella preparazione dei piatti. Per far comprendere come i diversi

¹⁴⁹ «Issue des traditions de cuisson sur la sole, ce grand cru saura ravir les fins connaisseurs. Farine de blé • Eau • Levure • Shortening (huile de palme modifiée) • Sucre • Lactosérum en poudre (lait) • Sel • Huile de tournesol • Propionate de calcium • Peroxyde de benzoyle • Azodicarbonamide • Riboflavine • Esters tartriques des mono et diglycérides acétylés • Carbonate de calcium • Amylase • Acide ascorbique • Xylanase • Lipase • L-cysteine Notre méthode de préparation traditionnelle lui assure une légèreté et une saveur incomparable», <https://www.boulangerieblouin.com/fr/produit/pain-cuit-sur-la-sole/117-pain-cuit-sur-la-sole.html?categorieId=1>.

¹⁵⁰ La «cipaille»: «pâté de lard, poulet, lièvre et perdrix, le tout aromatisé de thym, sarriette, oignon et persil. Un bouillon bien corsé enrobe la pâte du fond et la vapeur aromatique qui s'en dégage cuit les autres rangs de pâte et de viande dans un four lent durant huit à douze heures».

processi culturali di contaminazione, “métissage” e “migrazione” hanno profondamente caratterizzato e caratterizzano ancora oggi la cucina canadese, prenderemo adesso in esame alcune ricette che, a un primo impatto, appaiono legate a una cultura gastronomica straniera, ma che sono, invece, il frutto dei gusti locali e degli incroci culturali all'interno del territorio canadese.

Alcune ricette considerate di origine straniera, ad un attento esame, non lo sono affatto¹⁵¹. Prendiamo, per esempio, in esame la sua ricetta «canard à la chinoise» (Benoît 1963, 219-220). Il nome della ricetta ci permette di associarla alle tradizioni culinarie cinesi. Esaminando gli ingredienti (anatra, zucchero, sale, miele, salsa di soia, brodo e acqua) scopriamo che la combinazione di miele e salsa di soia la rende una ricetta agrodolce. Leggendo la preparazione capiamo che l'anatra deve essere marinata e poi arrostita al forno (niente di stravagante). Jehane Benoît aggiunge che «le canard se sert simplement accompagné de sauce aux prunes chinoises», immaginiamo acquistata in un negozio.

Praticamente, possiamo contestare la provenienza etnica di questa ricetta perché non è corrispondente a quella originale cinese, tuttavia, per il lettore è una ricetta straniera cui fare riferimento e quindi da mantenere. Anche la storia del «pâté chinois»¹⁵², piatto nazionale del Québec, il cui appellativo è ancora oggi sconosciuto, testimonia questa importante presenza cinese. La presenza di questa ricetta è un esempio di integrazione culturale in un contesto storico-politico che aveva persino approvato una legge contro l'emigrazione cinese nel 1923¹⁵³. In tal senso, risulta

¹⁵¹ Questo esame si basa su un'opera di riferimento, il *Larousse Gastronomique*, per assegnare una identità nazionale ad ogni ricetta.

¹⁵² «Le nom “pâté chinois” est un mystère historique amusant. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ce plat n'a pas d'origine chinoise. L'une des théories les plus répandues suggère que les ouvriers chinois, lors de la construction du chemin de fer canadien au 19^e siècle, auraient inspiré cette recette par leur façon simple et économique de cuisiner. Une autre explication est que le terme « chinois » était utilisé au Québec pour désigner quelque chose d'étrange ou d'exotique». La ricetta di Jehane Benoît: «1 à 2 tasses de restes de bœuf cuit, haché ou 1 lb de bœuf haché, 3 coupes à de gras de viande, 2 gros oignons, émincés, ½ c. à thé de sarriette, sel et poivre, au goût, 1 boîte de blé d'Inde en crème, 4 tasses de pommes de terres cuites, écrasées». <https://www.francoislambert.one/blogs/recettes/pate-chinois-classique?>

¹⁵³ Molti dei Cinesi d'oltremare che lavorarono alle ferrovie in Nord America nel XIX secolo, soffrirono a causa della discriminazione in Canada e negli Stati Uniti. Sebbene le leggi discriminatorie siano state abrogate o non siano oggi più in vigore, entrambi i paesi avevano un tempo introdotto leggi che proibivano ai Cinesi di entrare nel paese, per esempio la “Legge di esclusione dei Cinesi” (*Chinese Exclusion Act*) degli Stati Uniti del

esplicativa la storia della famiglia Wong, originaria della Cina, ancora oggi proprietaria di un ristorante a Québec City¹⁵⁴.

Anche la presenza di una numerosa comunità olandese in Canada spinse l'autrice ad inserire elementi di tale cultura nel suo ricettario. La «salsa olandese»¹⁵⁵, per esempio, come ricetta classica della gastronomia francese, non ammette sostituzioni di ingredienti, soprattutto perché le migliori varianti sono state codificate ed hanno nomi propri¹⁵⁶. Per la sua preparazione sono necessari ¼ o ½ tazza di burro freddissimo, due albumi e mezzo limone spremuto.

La «salsa maltese», introdotta probabilmente dai coloni inglesi, sostituisce il succo di limone della salsa olandese con quattro cucchiari di succo d'arancia. Gli immigrati dei Paesi bassi riuscirono per generazioni a non farsi assimilare dal resto della popolazione locale e a conservare lingua, usi e tradizioni della terra d'origine. Tutto questo testimonia il carattere multi-etnico della «salsa olandese». In tutte le sue descrizioni delle fonti, a cui attinge la cucina canadese, l'autrice mette inequivocabilmente in risalto un elemento comune: il piacere di mangiare.

Le scelte degli aggettivi usati per qualificare i cibi e l'abbondanza di menù dettagliati rendono appetitose le descrizioni. Questo tono da esperta di cibi raffinati è chiaro nella descrizione della preparazione del paté di pollo dove Benoît enfatizza la consistenza, l'odore e i sapori dei diversi ingredienti¹⁵⁷. Il tono raffinato

1882 (abrogata nel 1943) o la “Legge sull’immigrazione cinese” (*Chinese Immigration Act*) del Canada del 1823 (abrogata nel 1947). https://it.wikipedia.org/wiki/Cinesi_d%27oltremare

¹⁵⁴ <https://www.restaurantwong.com/une-histoire-de-famille>

¹⁵⁵ «In Italia siamo poco avvezzi a questa salsa dal nome olandese, inventata in Francia. Eppure, nell’alta cucina francese la cosiddetta sauce hollandaise è considerata una delle salse madri, dalla quale derivano altre preparazioni a base di tuorlo d’uovo e olio (cioè le maionesi). Le sue origini si perdono nei meandri della storia: pare possa essere una rivisitazione francese di una salsa già in uso nei Paesi Bassi (da qui il nome), creata per rendere omaggio alla visita in Francia del re d’Olanda. Sta di fatto che alla fine del 1600, alcuni ricettari riportavano già una salsa molto simile a quella moderna». <https://www.sfizioso.it/salsa-olandese-ricetta-e-storia/>

¹⁵⁶ La salsa mousseline, la salsa di senape di lusso e la salsa maltese indicate a pag. 423 de *l’Encyclopédie*.

¹⁵⁷ “Le pâté de poulet à sa façon québécoise” in *L’importance d’un savoir culinaire* (Benoît 1963, 11). La ricetta esatta per il “Paté di pollo” si trova alle pagine 188-189: «Poule bien grasse et tendre, mijotée avec des aromates et quelques légumes. La viande cuite se détache des os. On l’enrobe d’une sauce ivoire, crémeuse et légère, qui goûte bon le bouillon de poule bien réduit. On ajoute quelques pommes noisette, des pois verts et des petits oignons. On verse le tout dans une terrine tapissée de pâte brisée. On recouvre de même pâte et l’on cuit dans un four moyen pour la dorer. La sauce répand son odeur appétissante. C’est le plat des premières communions, du Jour de l’An, du déjeuner de la mariée et des beaux dimanches en famille».

dell'autrice incoraggia la lettrice a trovare i mezzi per cucinare in modo che sia buono, che dal suo punto di vista consiste nel seguire le regole fondamentali che insegna. In tal modo, la raffinatezza del suo tono giustifica il suo didattismo.

L'esempio della descrizione del *paté* di pollo mostra che la sua scelta si unisce ad una conoscenza approfondita del piatto, dei suoi ingredienti e delle fasi della sua preparazione: «placer la poule dans une grande casserolle avec le sel, le poivre, le céleri, l'oignon, le thym ou la sarriette et la feuille de laurier. Recouvrir d'eau chaude. Couvrir et faire mijoter jusqu'à ce que la poule soit tendre» (Benoît 1963, 188). Paragonare tale ricetta con quelle presenti nei libri coevi¹⁵⁸, permette di vederne la rigorosa precisione di cui l'autrice dà prova nella scelta dei termini che utilizza e nel puntuale rispetto delle procedure e delle fasi di realizzazione del piatto.

Dimostra la maestria che ci si aspetta da un insegnante: il suo tono diventa chiaramente didattico quando cerca di presentare, in ogni capitolo, le regole fondamentali della buona alimentazione e della cucina. Queste regole possono riguardare tanto una categoria di alimenti quanto un insieme di ricette, un elettrodomestico o una preparazione.

Nel capitolo "La cuisson des viandes" (Benoît 1963, 78-79)¹⁵⁹, la lezione sulla cottura dell'arrosto è esemplare per quanto riguarda la fusione tra aspetti gastronomici e didattici

Cette leçon sur les principes fondamentaux du rôtiage des viandes, une fois apprise et bien appliquée, est destinée à bannir à tout jamais de votre table les rôtis manqués. [...] Permettez-moi de vous guider, étape par étape, dans l'exécution parfaite d'un rôti. (*Ibid.*)

Per poter gustare questi piatti, spiega la Benoît, è necessario conoscere i procedimenti che permettono di raggiungere il risultato desiderato. A tal fine, l'autrice fornisce continuamente spiegazioni in tutta *l'Encyclopédie*, financo nell'esempio delle uova strapazzate, che lei descrive come errore elementare.

¹⁵⁸ Tra essi ricordiamo: Congrégation de Notre-Dame 1961 e AA. VV. 1958.

¹⁵⁹ Il capitolo comincia con una sezione dal titolo *La manière la plus facile de faire un rôti est la meilleure*. Seguono tre pagine di spiegazioni tra cui «10 regole fondamentali per ottenere una storia perfetta» e «3 modi per fare una salsa» così come «suggerimenti per aromatizzare le salse».

Per usare in modo appropriato le ricette, per esempio, bisogna evitare di commettere un errore elementare come quello di togliere le uova strapazzate dal fuoco prima di aver finito di cuocerle, perché continuano a cuocere anche pochi secondi dopo essere state tolte dal fuoco. Con giustificazioni logiche, tecniche e scientifiche, la Benoît spiega i diversi ragionamenti che si riferiscono alle ricette e dà loro credibilità attraverso questa forma di oggettivazione.

Oltre ad aumentare l'interesse per le sue spiegazioni, il fatto di condividere commenti che evidenziano l'apprezzamento di determinati piatti, ha l'effetto di attirare l'attenzione su piatti iconici della cucina canadese come il *paté* di pollo o il *roast beef* della domenica, ma anche sui panini e le grigliate. L'atteggiamento prevalente della Benoît corrisponde alla sua concezione della cucina. A suo parere, cucinare è un piacere che si ottiene quando la conoscenza e la comprensione delle regole fondamentali spingono la cuoca verso un'autonomia, che le permette di esprimere la propria personalità attraverso i piatti che prepara.

Il successo de *L'Encyclopédie* è tanto il successo di un libro quanto quello della sua autrice¹⁶⁰. Nel 1991, al momento della sua ristampa, fu ribattezzata *L'Encyclopédie de la cuisine de Jehane Benoît*¹⁶¹. Questa modifica del titolo mostra fino a che punto l'identità del libro sia intimamente legata a quella della sua autrice.

La Revue Moderne

Fondata nel 1919, tale rivista¹⁶² propone articoli sulla società, una storia a puntate, notizie varie ed una sezione dedicata alle pagine femminili che riguardano l'abbigliamento, la cura del corpo e la cucina. Con un lavoro non ancora ultimato,

¹⁶⁰ Un estratto tratto da una pubblicità per *La Nouvelle Encyclopédie de la Cuisine di Jehane Benoît* pubblicato su «La Presse» il 30 settembre del 1970, quaderno H, p. 10, evidenzia l'importante valore simbolico associato al nome dell'autrice: «Il suo nome è davvero sinonimo di ottima cucina canadese».

¹⁶¹ Dopo essersi intitolata *La Nouvelle Encyclopédie de la cuisine* nelle due edizioni precedenti (1971 e 1981).

¹⁶² Nel 1950, quattro pagine della rivista, che ne contava una cinquantina circa, sono dedicate alle ricette di cucina. Le ricette, raramente accompagnate da immagini, si presentano sotto forma di brevi paragrafi in cui gli ingredienti e le preparazioni sono spesso mescolati.

considerato il gran numero di ricette presenti, stiamo procedendo allo spoglio del corpus della rivista a partire dal 1950 fino al 1960.

Si tratta di circa 120 numeri che raggruppano più di duemila ricette e si procede, cercando di differenziare le ricette locali da quelle potenzialmente straniere. Per far questo, vengono numerate le ricette indicando autrice, pagina e titolo. Particolare attenzione viene dedicata alle ricette straniere per determinarne l'originalità. In tale prospettiva, uno strumento indispensabile appare il dizionario *Larousse gastronomique*, in quanto utile al lavoro di attribuzione di una precisa identità socio e geoculturale a queste ricette.

Anche le preparazioni ed i loro ingredienti, per esempio, possono modificare la nostra percezione di una ricetta per considerarla di origine straniera. In effetti, una zuppa di lenticchie potrebbe essere classificata etnica se l'autore, in tale contesto, spiega che si tratta di una ricetta tradizionale italiana.

La maggior parte delle informazioni relative alla collaborazione di Jehane Benoît con «La Revue moderne», sono pervenute a noi tramite il saggio biografico del marito Bernard (Benoît 1988). Molto nota fra i quebecchesi,

Sa manière de parler cuisine était didactique. Elle favorisait le côté enseignement de l'art culinaire qu'elle allégeait fréquemment par des références à l'histoire et à l'amour. [...] C'est dans cet esprit que Jeanne entreprit une collaboration à La Revue moderne, alors dirigée par Léo Cadieux. (Ivi, 20)

Lei si distingue per la voglia di trarre ispirazione dalle tradizioni culinarie locali, ma anche per scoprire quelle provenienti da altri paesi.

Questi interessi caratterizzano la sua collaborazione alla «Revue moderne»: per un decennio, dal 1949 fino al 1958 dirige le pagine dedicate alla gastronomia. All'inizio, la maggior parte dei numeri della rivista includevano, contemporaneamente, alcune sezioni dedicate alla cucina: «Cuisinons», «Spécialité du mois», «Cuisine éclair», «Petit dictionnaire de la cuisine» et «Ma fourchette voyage». Ognuna di queste parti, si caratterizzava per la preparazione rapida delle ricette, per gli ingredienti, per la spiegazione dei termini usati e per le ricette raccolte all'estero.

Durante la sua permanenza alla *Revue*, la Benoît dimostra un interesse costante per la cucina italiana, vista la presenza di una folta comunità italiana in Canada. Una delle sue prime ricette italiane trae spunto dalla festa di San Giuseppe in Sicilia:

On choisit, parmi les villageois, un vieillard, une belle jeune femme et un petit enfant dont le rôle sera de représenter la Sainte Famille. [...] Tous les invités sont libres d'aller et venir tel que bon leur semble, manger ce qu'ils préfèrent et autant qu'ils le désirent. [...] La «Suppa Di Lenticchi» (soupe aux lentilles) et le «Spaghettini Bagaria» sont les plats principaux. On en fait d'énormes quantités pour que chacun s'en régale sans restrictions. (Benoît 1949a)

Questa presentazione di una tradizione religiosa italiana è un pretesto per condurre i lettori alla scoperta dei sapori dell'Italia. Interesse che ritroviamo in un altro numero della rivista: «Notre charmante collaboratrice a rapporté d'un récent voyage en Italie, à l'intention de ses lectrices, d'authentiques et savoureuses recettes italiennes» (Benoît 1951a, 38). Un primo segno dell'autenticità della ricetta è dato, quindi, dal suo nome e, tra le ricette italiane di Jehane Benoît, quindici sono in italiano; tuttavia, raramente il nome della ricetta è scritto solo in italiano. Esso viene infatti scritto in francese e sotto, viene tradotto in italiano.

In un suo numero tematico del marzo 1951, l'autrice scrive tra parentesi il nome delle ricette in italiano. Così propone «Spaghetti aux choux-fleurs (Spaghetti con cavolfiore)», «Macaroni aux saucisses (Cavatoni rigati con salsiccia)», «Spaghetti persillé (Spaghetti Verde)», «Nouilles au fromage blanc (Lasagne con Ricotta)» e «Nouilles fines aux asperges (Tagliarini con sparagi)» (ivi, 38-40). Aggiunge inoltre dei qualificativi per specificare una regione italiana e per incuriosire, probabilmente, la comunità di italiani presente in Canada. Così avremo una «Sauce livournaise (salsa livornese)», «Sauce bolognaise (salsa bolognese)» ecc. (ivi, 40) Tali aggettivi ed ingredienti non rivelano, però, dei tratti tipici della regione di provenienza. Altri nomi di ricette fanno riferimento alla tradizione culinaria italiana, ma non sono facilmente localizzabili, come, per esempio gli «spaghetti éclair» (Benoît 1949b)¹⁶³. Il

¹⁶³ Gli ingredienti della ricetta sono differenti da quella italiana «SPAGHETTI ECLAIR Mettre au hain-marie: — 1 boîte de soupe aux tomates non diluée — 1 oignon haché fin — ½ c. à thé de sel — 1 c. à thé de sucre — ½ c. à thé de basilic ou sarriette — ½ tasse de fromage doux râpé. Chauffer en brassant quelques

nome di questa ricetta attesta soprattutto la velocità di esecuzione nella preparazione. In pratica, la denominazione non è di per sé garanzia di autenticità e, quindi, bisogna esaminare gli ingredienti utilizzati per identificare geograficamente una ricetta ed attestarne l'autenticità.

In effetti, gli ingredienti sono un altro indicatore dell'autenticità di una ricetta. Nel numero di giugno del 1951, «Les aubergines à la sicilienne» (Benoît 1951b, 42)¹⁶⁴ hanno ingredienti tipici della cucina italiana cioè melanzane, cipolle, sedano, pomodori, olive nere o verdi, capperi e basilico. Anche il minestrone ed i maccheroni sono altri esempi che fanno parte di questa categoria autentica.

Nella categoria di ricette meno autentiche troviamo gli «spaghetti éclair» che hanno tra gli ingredienti la salsa Worcesterhire. Questa salsa piccante è un prodotto inglese che fa riferimento a delle influenze indiane. Tale ingrediente dovrebbe dare un gusto più piccante alla salsa e sostituire i peperoncini italiani, ma è chiaro che rende la ricetta meno autentica.

Altre ricette sono scartate dalla categoria italiana e non vengono prese in considerazione perché troppo americanizzate: i panini al salame sono composti dal salame e dal formaggio alla crema. La Benoît propone di fare dei sandwich con questi due ingredienti. Il salame è un ingrediente della cultura italiana, ma il piatto in sé non ha alcun riferimento con queste tradizioni.

L'insalata di prosciutto e maccheroni contiene rafano ed ingredienti tipici della cucina scandinava ed alsaziana e quindi non fa parte della categoria italiana.

Tra le ricette proposte tra il 1949 ed il 1958, si nota che l'ingrediente più utilizzato è il pomodoro, seguito dalla cipolla e dal formaggio grattugiato. L'autrice

fois jus qu'à ce que le fromage soit fondu. Ajouter: — 2 c. à thé de sauce Worces tershire — 1 c. à table de beurre. Cuire le spaghetti à l'eau bouillante salée. Egoutter. Mettre dans un plat et recouvrir avec la sauce».

¹⁶⁴ «AUBERGINES A LA SICILIENNE¹ — Peler et couper 1 aubergine moyenne en petits dés. Les frire dans ½ tasse d'huile à salade.² — Lorsque bien dorée, retirer du poêlon et ajouter à l'huile qui reste, 3 oignons tranchés, 4 branches de céleri coupées en bout de ½ pouce. Dorer légèrement. ³ — Ajouter ½ tasse de purée de tomates ou de sauce aux tomates et ½ tasse d'eau. Cuire lentement jusqu'à ce que le céleri soit tendre.⁴ — Ajouter 12 olives noires ou vertes coupées en petites tranches, 1 c. à table de noix hachées, ¼ tasse de câpres ou de cornichons au vinaigre hachés fins et les aubergines frites.⁵ — Chauffer ¼ tasse de vinaigre, ¼ tasse de sucre, lorsque le sucre est fondu verser sur les aubergines, ajouter ¾ c. à thé de sel, ½ c. à thé de poivre et ½ c. à thé de basilic.⁶ — Mijoter 20 minutes en brassant fréquemment. Bien refroidir avant de servir comme hors-d'œuvres accompagnés de petites toasts. Ce hors-d'œuvre se conserve très bien, lorsque gardé au réfrigérateur.»

suggerisce, inoltre, alla casalinga quebecchese una sostituzione degli ingredienti nel caso in cui non si reperiscano quelli tipicamente italiani. Per esempio, in certe ricette sostituire la salsa al pomodoro con il ketchup, il basilico con la santoreggia, il salame con la salsiccia affumicata. Se il lettore non ha il parmigiano, lei suggerisce di usare un formaggio forte.

Questo uso della sostituzione, consente alla persona che si appresta a realizzare la ricetta, di capire le proprie competenze nell'effettuare dei cambiamenti culinari. Viene proposta la sostituzione degli ingredienti per fornire un'esperienza originale e renderla accessibile alle casalinghe del Québec. Tuttavia, in certi momenti, la sostituzione può modificare una ricetta. Alcune ricette, ad esempio, «Les nouilles au fromage blanc (Lasagne con ricotta)» (Benoît 1951a, 39)¹⁶⁵, rappresentano un buon esempio di modifica, perché contengono ricotta, crema di formaggio, panna acida, scatola di tagliatelle sottili o larghe, scalogno e formaggio grattugiato.

Nondimeno, un'attenta analisi ci permette di capire che l'autrice cerca di riprodurre con prodotti locali ciò che più si avvicina alla ricotta. Si tratta, in questo caso, di una ricetta meno autentica vista la ricerca di genuinità con ingredienti non originali. In pratica, alcune ricette attingono alle tradizioni italiane, ma sono realizzate con ingredienti locali. Queste sostituzioni favoriscono la preparazione della ricetta perché le lettrici possono trovare facilmente gli ingredienti nel loro ambiente.

Anche le capacità culinarie sono un indicatore di autenticità delle ricette italiane. In generale, le tecniche presentate nelle fasi di preparazione sono semplici e adattate alla casalinga degli anni '50. I passaggi sono semplici perché sono piuttosto brevi e offrono la possibilità di utilizzare i prodotti già pronti invece di partire da zero. Jehane Benoît adatta, quindi, le sue ricette alla realtà quebecchese delle

¹⁶⁵ La ricetta propone la seguente preparazione: «Mélanger en crème légère 1 tasse de fromage "cottage", 2 paquets (3 onces chacun) de fromage à la crème et 1 tasse de crème sûre (celle qui s'achète du laitier, crème épaisse et lisse légèrement acidulée). Assaisonner avec ½ c. à thé de sel et ¼ de c. à thé de poivre. Ajouter cette crème à 1 boîte de nouilles fines ou larges, bouillies égouttées et brasser le tout avec une fourchette. Lorsque bien mélangé, ajouter ½ tasse d'échalotes hachées fin (le vert et le blanc) Servir ou verser dans un plat, recouvrir avec ½ tasse de fromage râpé et cuire 30 minute; dans un four à 350 degrés».

casalinghe. Suggerisce tecniche che prendono in considerazione strumenti moderni come la pentola a pressione. Le trasmette anche al pubblico a cui si rivolge, come in un esempio di ricetta e di consigli per una sposina, dove specifica gli acquisti e la preparazione generale.

Nella preparazione della ricetta «Spaghetti Italien vite fait» (Benoît 1952), alcuni ingredienti, come le olive, non fanno parte né della sezione *Achat* e neanche di quella *En main*. Un paragrafo completo spiega alla sposina come cuocere gli spaghetti. Questa tecnica non ci sembra alterata visto che specifica di non rompere gli spaghetti. Tuttavia, il tempo di cottura di 15-20 minuti sembra lungo e non corrisponde alla cottura al dente tipicamente italiana.

Un'altra tecnica che illustra un minor grado di autenticità rispetto alla ricetta italiana è la «Cassata siciliana», un dolce composto principalmente di ricotta. Quella di Jehane Benoît contiene invece del formaggio fiocchi di latte, prodotto tipicamente legato al suo territorio. Di contro, la tecnica di preparazione che consiste nel modellare questo dolce a forma di mezza palla refrigerata viene rispettata.

In un altro esempio, sulla preparazione della “Pizza italienne”, tratto dalla rubrica «On me demande», la presenza di vari ingredienti italiani, conferisce alla ricetta la sua originalità, mentre la tecnica di preparazione, la modifica ed altera la ricetta originale. Così

[...] Pour préparer le remplissage: Mélanger les tomates en boîte égouttées et hachées, la pâte de tomates, le fromage râpé, le sel d'ail, le poivre et l'orégano. [...] Rouler chaque boule de pâte en un cercle très mince qui puisse tapisser l'intérieur des assiettes à tarte. (Benoît 1958)

Questa tecnica, simile a quella dello sfornato, stravolge la ricetta della pizza. Le tecniche di preparazione, quindi, influiscono sull'autenticità di alcune ricette. Jehane Benoît dedica inoltre uno spazio all'apprendimento di certe tecniche o ingredienti nella sua cronaca «Petit dictionnaire de la cuisine».

Nella pubblicazione del mese di dicembre del 1949, definì il

Romarin - Une plante légère, haute, et très élégante dont les feuilles seulement sont employées pour la cuisine; elles ont l'apparence de petites aiguillettes de sapin d'un vert très

pâle Sa fleur est d'un si joli bleu que, en Italie, on a surnommé un champ de romarin en fleurs "Le manteau de la Vierge". De légende biblique cette herbe possède un arôme très spécial et plutôt soutenu; il faut donc l'utiliser en petite quantité. (Benoît 1949c)

Tale pianta, di origine mediterranea e diffusa nella comunità italiana dell'epoca, viene utilizzata dalla Benoît in varie ricette, tra cui "La sauce bolognaise", "L'agneau rôti ou bouilli", ecc. Suggerisce anche dettagli su tecniche culinarie. Ad esempio, distingue bollire lentamente dal portare l'acqua a ebollizione forte: questo suggerimento potrebbe essere utile alla casalinga per cucinare la pasta. Nel numero dedicato alla cucina italiana del marzo 1951, descrive la cottura della pasta in quattro passaggi, indicati con lettere minuscole tra parentesi tonde (Benoît 1951a, 38).

Il testo non fa riferimento alla cottura al dente, ma spiega che il tempo di cottura varia in particolare a seconda della marca di pasta¹⁶⁶ o dell'utilizzo che vuole farne la casalinga (mescolata con altri ingredienti oppure mangiata da sola in sostituzione delle patate). In un altro numero, spiega come spurgare una verdura, senza specificare il tipo di verdura, ma pensiamo che stia prendendo in considerazione le melanzane.

Nel trattare tali argomenti, l'autrice scrive e comunica sempre con uno scopo didattico. Vuole presentare una vasta gamma di ricette alle casalinghe e si adopera per raggiungere questo obiettivo, semplificandole. Incoraggia, quindi, le lettrici ad acquistare un vocabolario culinario adeguato ed offre ad ogni principiante l'opportunità di realizzare le ricette che gli vengono proposte.

Conclusione

Sebbene la letteratura culinaria sia spesso associata ad un piano editoriale ben preciso, tuttavia, bisogna costatare che i libri di cucina sono unici e raccontano la costruzione di una specifica identità alimentare. Veri e propri racconti culturali, tali

¹⁶⁶ Per quanto riguarda la pasta, una delle fabbriche più antiche di Montréal è proprio la Catelli, fondata nel 1867 dai fratelli Carlo e Pietro Catelli. A tal proposito https://diffusion.banq.qc.ca/pdfs-3.10.111-dist_banq/web/pdf.php/g9SnQpt-ssvsUWobUbsN.

libri testimoniano una particolare identità culinaria che gli chef trasmettono ed al contempo contribuiscono a costruirla.

Così, alcuni specialisti del settore gastronomico sottolineano che l'alimentazione del Québec è intimamente legata alla storia. Essi fanno notare, per esempio, l'impatto dell'industrializzazione sull'alimentazione e l'influenza del clero, evocando una pubblicità della celebre fabbrica di pasta italiana Catelli per i fagioli in scatola verso la quale l'azienda «vante son produit tout à fait approprié pour le carême et le présente comme un mets typiquement canadien, comme ceux du «bon vieux temps» (Lamarche et Soulard^{2018, 15}).

In questo articolo abbiamo cercato di conoscere la natura delle influenze culinarie internazionali proposte alle famiglie quebecchesi tra il 1950 ed il 1960. Per fare questo abbiamo preso in esame la figura di Jehane Benoît, autrice di un grande classico della cucina quebecchese, *L'Encyclopédie de la cuisine canadienne* e, successivamente, con un lavoro in via di realizzazione, ci siamo soffermati su *La Revue Moderne* diretta per circa un decennio dalla Benoît.

Lo studio de *La Revue Moderne* ci ha permesso di constatare l'importanza di Jehane Benoît come un importante vettore di trasmissione delle influenze culinarie straniere nel decennio che va dal 1950 al 1960. È, in qualche modo, la “Grande Dame” della rivoluzione culinaria canadese. Trasmette, fa conoscere e diffonde le tradizioni culinarie del mondo ai suoi lettori. Analizzando le sue cronache, si nota una preoccupazione didattica nei confronti del suo pubblico. La sua rubrica “Piccolo dizionario di cucina” ne è un esempio, perché formula definizioni per aiutare la casalinga a comprendere la cucina.

Negli scritti di Jehane Benoît, la lettrice è spinta a viaggiare e ad andare alla scoperta di nuove terre grazie alla cucina. L'autenticità e la preoccupazione di adattare i piatti alla realtà del Québec si incontrano e la loro influenza reciproca è percepibile in alcune delle sue ricette. Per esempio, dedica alcune pagine alla cucina giapponese, in particolare alla tecnica della cottura. Canadesizza alcune ricette giapponesi: propone, in tal modo, prodotti simili per certi ingredienti giapponesi («le saké par du sherry, le bouillon Dashi par du consommé de bœuf), substitutions qui

ont pour effet de rapprocher ces plats exotiques du peuple canadien» (Benoît 1963, 278)¹⁶⁷.

Per creare meno ansia nelle lettrici, alcuni piatti vengono resi simili alla tradizione culinaria quebecchese, proponendo una sostituzione degli ingredienti. Nonostante questa preoccupazione, troviamo diversi ingredienti che rispecchiano la tradizione culinaria italiana (come aglio, basilico e timo nella salsa al pomodoro), sin dall'inizio del decennio. Nel corso del periodo, via via si aggiungono altri ingredienti tipici, in particolare l'origano e il parmigiano (ricordiamo le scaloppe di vitello al parmigiano) che furono suggeriti per la prima volta verso la metà degli '50.

Tali ingredienti italiani, prestati di alimenti venuti dalla Penisola, presenti ormai nelle ricette quebecchesi, testimoniano una presenza ben radicata e documentata degli immigrati italiani nella comunità culinaria di Montréal degli anni '60¹⁶⁸. Tale presenza influenza certamente la cultura gastronomica dell'epoca; anche attualmente, la presenza italiana nel settore gastronomico canadese è molto presente. In breve, possiamo dire che la gastronomia canadese riflette la sua diversità ed il suo multiculturalismo.

Piatti tipici canadesi, come il pudding, le torte di noci pecan e lo sciroppo d'acero, sono diventati simboli della gastronomia canadese. In tal senso, alla luce di una accelerazione della globalizzazione e dell'immigrazione, questo articolo propone nuove prospettive di ricerca sull'evoluzione della gastronomia nel Canada e nel Québec in particolare, in un contesto in cui altre culture svolgono un ruolo importante nella realtà gastronomica canadese.

¹⁶⁷ Tra l'altro, tali sostituzioni rendono la cucina giapponese accessibile ai canadesi che possono procurarsi prodotti locali simili ad un prezzo minore anziché doverlo acquistare in un negozio di alimentari specializzato.

¹⁶⁸ La presenza degli immigrati italiani a Montréal è documentata da una vasta bibliografia tra cui citiamo: Ramirez 1984, Painchaud, Poulin 1988, Peressini 1990, Kayler 1991.

Bibliografia

- AA. VV. (1958), *La Cuisinière Five Roses*, 16^e éd., Montréal & Winnipeg, Lake of The Woods Milling Company. Limited.
- AA. VV. (1989), *Qu'est-ce qu'on mange?*, Cercles de Fermières du Québec.
- Baillargeon, Stéphane (2011), *Jehane Benoît et elle – Sur les traces de la mère de la cuisine québécoise*, «Le Devoir», 26 marzo 2011, <http://www.ledevoir.com/culture/television/319591/television-a-la-une-jehane-benoit-et-elle>
- Benoît, Bernard (1988), *Jehane Benoît: Un essai biographique intime*, dans *Madame Jehane Benoît, 14 ans de cuisine micro-ondes*, Édition commémorative, Saint-Lambert, Éditions Héritage, p. 7-30.
- Ead. (1949a), *Soupe aux lentilles*, «La Revue moderne», Montréal, octobre 1949, vol. 31, n. 6, p. 37.
- Ead. (1949b), *Spaghetti éclair*, «La Revue moderne», Montréal, octobre 1949, vol. 31, n. 6, p. 34.
- Ead. (1949c), *Petit dictionnaire de la cuisine*, «La Revue moderne», Montréal, décembre 1949, vol. 31, n. 8, p. 41.
- Ead. (1951a), *Manières italiennes de servir les pâtes alimentaires et leur sauce*, «La Revue moderne», Montréal, mars 1951, vol. 32, n. 11, pp. 38-40.
- Ead. (1951b), *Menu de la semaine*, «La Revue moderne», Montréal, juin 1951, vol. 33, n. 2, pp. 40-43.
- Ead. (1952), *Spaghetti Italien vite fait*, Montréal, «La Revue Moderne», Montréal, juillet 1952, vol. 34, n. 3, p. 22.
- Ead. (1958), *On me demande...*, «La Revue moderne», Montréal, juin 1958, vol. 40, n. 2, p. 24.
- Ead. (1963), *L'Encyclopédie de la cuisine canadienne*, Montréal, Québec, Les Messageries du Saint-Laurent Ltée.
- Boily, Jean-François, Picard, Martin (2006), *Restaurant Au Pied de cochon: l'album*, s.é.
- Congrégation de Notre-Dame (1961), [1919], *La cuisine raisonnée*, Montréal, Fides.
- Kayler, Françoise (1991), *À table avec... Carlo Dell'Olio*, «La Presse», 27 mars 1991, p. C4.
- Lamarche, Benoît et Soulard, Jean (2018), *L'ADN de l'alimentation québécoise. Nutrition-Produits- Recettes*, Montréal, Les Éditions La Presse.
- Maingueneau, Dominique (2016), *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin.

- Martin, Alexis (2016), *Le pain et le vin: L'histoire révélée du Canada français 1608-1998* Tome III, Montréal, Dramaturges éditeurs, 76 p.
- Montanari, Massimo, Flandrin, Jean-Louis (1996), *Histoire de l'alimentation*, Paris, Fayard.
- Painchaud, Claude, Poulin, Richard (1988), *Les Italiens au Québec*, Editions Critiques.
- Peressini, Mauro (1990), *Migration, famille et communauté. Les Italiens du Frioul à Montréal*, Université de Montréal.
- Ramirez Bruno (1984), *Les premiers italiens de Montréal, l'origine de la Petite Italie du Québec*, Boréal Express.
- Robuchon, Joel (2000), *Larousse gastronomique*, Paris, Larousse.
- [S. n.] (1840), *La cuisinière canadienne...*, Montréal, C.O. Beauchemin et Valois éditeurs, <https://www.collectionscanada.gc.ca/cuisine/027006-119.03-f.php> PHPSESSID=fgk1ctgkui2llm9pvsfaj46cdt83s5cmrh0tticq462rfrfu60c0 (dernier accès le 18 octobre 2024).
- [S.n.] (1865), *Nouvelle Cuisinière Canadienne*, Montréal, C. O. Beauchemin et Valois éditeurs, Montréal. https://diffusion.banq.qc.ca/pdfjs-3.10.111-dist_banq/web/pdf.php/E3oyD7wJ9eV61-LDHToBQg.pdf.

Sitografia

- <http://www.ledevoir.com/culture/television/319591/television-la-une-jehane-benoit-et-elle> (ultimo accesso il 10.10.2024).
- http://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alphafra.html?lang=eng&i=1&srcht=BOOK+CUISINE&index=alt&codom2nd_wet=1#resultres (ultimo accesso il 18.10.2024).
- <http://www.cnrtl.fr> (ultimo accesso il 18.10.2024).
- https://diffusion.banq.qc.ca/pdfjs-3.10.111-dist_banq/web/pdf.php/g9SnQpt-ssvsUWobUbsN (ultimo accesso il 23.11.2024)
- <https://www.francoislambert.one/blogs/recettes/pate-chinois-classique?> (ultimo accesso il 18.11.2024)
- <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/premiere/emissions/les-eclaireurs/segments/entrevue> (ultimo accesso il 20.10.2024).
- <https://fr.wikipedia.org> (ultimo accesso il 21.10.2024).
- <https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/2269662> (ultimo accesso il 25.10.2024).
- <http://www.larousse.fr> (ultimo accesso il 21.10.2024).

<https://archive.org/details/DictionnaireLarousseGastronomique> (ultimo accesso il 23.10.2024).

<https://www.restaurantwong.com/une-histoire-de-famille> (ultimo accesso il 20.11.2024).

<https://www.sfizioso.it/salsa-olandese-ricetta-e-storia/> (ultimo accesso il 21.11.2024)

<https://www.thecanadianencyclopedia.ca//fr/article/Benoît-jehane> (ultimo accesso il 23.10. 2024).

<https://www.usito.com/> (ultimo accesso il 23.10. 2024).

Nota biografica

Sergio Piraro insegna Lingua e traduzione francese presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Giuridiche dell'Università di Messina, dove dirige il Centro Studi Canadesi dall'anno 2023. Ha partecipato a numerosi convegni nazionali ed internazionali ed è membro di vari comitati editoriali. I suoi interessi di studio vertono sul Canada francofono, sulla sinonimia bilingue franco-italiana, la lessicografia bilingue ed il trattamento automatico della lingua. Ha pubblicato diverse monografie e vari articoli.

sergio.piraro@unime.it

Come citare questo articolo

Piraro, Sergio (2024), *Contaminazioni e migrazioni gastronomiche nelle ricette di Jehane Benoît, "grande dame" della cucina canadese*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 163-188.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di "open access" per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

TRADITION ITALIENNE ET TERROIR SUISSE.
L'ITALIANTE GASTRONOMIQUE DANS LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE DE CERTAINES
ACTIVITES COMMERCIALES IMPLANTEES EN SUISSE ROMANDE :
ENTRE REMEMORATION ET STEREOTYPIE

Stefana Squatrito

Située en plein cœur de l'Europe, la Suisse attire depuis longtemps de nombreux étrangers. Parmi ces immigrés, les ressortissants italiens forment le groupe de population permanente étrangère le plus important de la Confédération suisse. Cette communauté italienne est aujourd'hui bien intégrée dans le tissu social et professionnel de la Suisse, à un tel point que l'italianité est considérée un patrimoine à sauvegarder et qu'une certaine italianisation de la cuisine suisse est en cours.

Notre analyse prendra en considération les stratégies de communication publicitaire mises en œuvre par certaines entreprises spécialisées dans la création et la vente de produits laitiers de tradition italienne et établies en Suisse romande. Il s'agit d'activités commerciales qui ont en commun les origines italiennes de leurs fondateurs et la volonté de porter notre tradition gastronomique au-delà des frontières nationales. Nous examinerons un *corpus* constitué de différents types de messages publicitaires (uni- ou multimodaux) qui montrent la volonté de combiner la tradition italienne avec les valeurs de la communauté suisse.

Cette analyse montrera que le langage publicitaire puise parfois dans un réservoir de connaissances déjà acquises et partagées, dans le seul but de convaincre, de persuader, d'inciter à l'achat les consommateurs.

Mots clés

Migration ; Publicité ; Gastronomie ; Tradition ; Terroir.

ITALIAN TRADITION AND SWISS TERROIR.
GASTRONOMIC ITALIANITY IN THE ADVERTISING COMMUNICATION OF CERTAIN COMMERCIAL
ACTIVITIES ESTABLISHED IN FRENCH-SPEAKING SWITZERLAND
BETWEEN REMEMBERING AND STEREOTYPY

Located in the heart of Europe, Switzerland has always attracted many foreigners. Among these immigrants, Italian people form the largest group of permanent foreign population in the Swiss Confederation. This Italian community is today well integrated into Swiss society and into Swiss labour market, so much so that Italianness is considered a heritage to protect, and that a certain Italianization of Swiss cuisine is underway.

Our analysis will consider the advertising communication strategies implemented by certain companies specialized in the creation and sale of traditional Italian dairy products and established in French-speaking Switzerland. These are commercial activities which have in common the Italian origins of their founders and the desire to carry our gastronomic tradition beyond national borders. We will examine a corpus made up of different types of advertising messages (uni- or multimodal) which show the desire to combine Italian tradition with the values of the Swiss community.

This analysis will show that advertising language sometimes draws from a reservoir of knowledge already acquired and shared, with the purpose of convincing, persuading and encouraging consumers.

Keywords

Migration; Advertising; Gastronomy; Tradition; Terroir.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21199>

TRADITION ITALIENNE ET TERROIR SUISSE

L'ITALIANITE GASTRONOMIQUE DANS LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE DE CERTAINES ACTIVITES COMMERCIALES IMPLANTEES EN SUISSE ROMANDE : ENTRE REMEMORATION ET STEREOTYPIE

Stefana Squatrito

Bénéficiant à la fois d'une position centrale en plein cœur de l'Europe, d'un marché de l'emploi assez solide et attractif, et d'un pluralisme social et linguistique qui repose sur des bases réglementaires, la Confédération suisse a attiré depuis longtemps de nombreux étrangers.

Les caractéristiques de ces mouvements migratoires ont néanmoins changé au fil des siècles. À l'époque moderne, on compte au moins deux grandes vagues migratoires. La première se situe immédiatement après la Seconde Guerre mondiale, autour des années 1950, et est due au lancement en Suisse des chantiers pour la réalisation des grandes infrastructures (barrages hydro-électriques, tunnels ferroviaires, infrastructures routières, industrie du bâtiment, etc.) ; ce qui a encouragé l'arrivée de travailleurs étrangers pour pallier l'insuffisance de main-d'œuvre locale. La seconde, plus récente, est le résultat des accords bilatéraux signés entre la Suisse et les États membres de l'Union européenne, entrés en vigueur le 1^{er} juin 2002 et ayant pour objet la libre circulation des personnes¹⁶⁹.

Entre les deux vagues migratoires (qui n'excluent toutefois pas l'existence d'un flux persistant et ininterrompu), ce qui change est surtout le statut juridique des immigrés. Jusqu'en 2002, en effet, par crainte d'une surpopulation étrangère, les migrants étaient soumis à une loi plutôt restrictive, surtout si on la compare aux évolutions actuelles en matière de droit du travail. Cette loi, signée au début des années 1930 et restée en vigueur près de soixante-dix ans¹⁷⁰, n'octroyait aux étrangers qu'un permis de séjour saisonnier, appelé aussi « permis A », qui pouvait

¹⁶⁹ L'accord sur la libre circulation des personnes (ALCP) a été signé le 21 juin 1999 entre la Suisse et l'Union européenne (UE). Il visait notamment à faciliter les conditions de séjour et de travail des citoyens de l'UE en Suisse. Entré en vigueur le 1^{er} juin 2002, il est complété par d'autres dispositions concernant la reconnaissance mutuelle des diplômes et nécessité de protocoles additionnels à chaque élargissement de l'UE.

¹⁷⁰ Il s'agit de la Loi fédérale du 26 mars 1931 sur le séjour et l'établissement des étrangers.

se transformer en « permis B » de résidence annuelle à certaines conditions. Comme son nom l'indique, le séjour saisonnier était limité à une seule saison ou, tout au plus, à neuf mois par an, après lesquels les travailleurs étaient obligés de quitter la Suisse¹⁷¹.

Ces générations de travailleurs ont beaucoup peiné : ils ont dû non seulement affronter les défis liés à une expatriation résultant davantage d'une nécessité que d'un véritable désir d'évasion et faire face à une attitude souvent xénophobe à leur égard¹⁷² (on se souviendra de la figure emblématique de Giovanni 'Nino' Garofoli, l'immigré interprété par Nino Manfredi dans le film *Pane e cioccolata*¹⁷³ !), mais aussi souvent souffrir les tourments engendrés par l'interdiction du regroupement familial. Cette interdiction était la plus difficile à vivre, car elle empêchait les saisonniers de garder, sinon clandestinement, leurs enfants auprès d'eux, et les obligeaient à les confier à des proches ou à les placer dans des pensionnats situés dans des zones frontalières (Ricciardi 2019). C'est la triste histoire des « enfants du placard »¹⁷⁴ ou des « orphelins de frontière » (Shaukat 2014) qui font l'objet, encore aujourd'hui, de nombreux témoignages¹⁷⁵, de plusieurs documentaires¹⁷⁶, de

¹⁷¹ Le statut de saisonnier ne permettait pas aux étrangers le regroupement familial et, à cause de sa courte durée, ne leur permettait pas non plus de signer un contrat de location. Par conséquent, les personnes bénéficiant d'une autorisation saisonnière (qui, pour être admises en Suisse, devaient passer en plus un contrôle médical à chaque entrée) étaient logées le plus souvent par leurs employeurs dans des hébergements collectifs, qui témoignaient d'ailleurs des conditions de vie très précaires de ces immigrés.

¹⁷² Comme nous le rappellent, en effet, Olivier Pauchard et Daniele Mariani, les surnoms donnés aux Italiens en Suisse sont très nombreux (« Rital », « Piafs », « Pioums », « Maguttes », etc, pour ne citer que ceux qu'on leur donnait en Suisse romande) et témoignent, si besoin en était, que l'intégration de la communauté italienne « a été tout sauf simple » (Pauchard et Mariani 2010).

¹⁷³ Le film, réalisé par Franco Brusati en 1973, a obtenu de multiples récompenses dans des festivals internationaux, dont le David di Donatello du meilleur acteur pour l'interprétation de Nino Manfredi et de la mise en scène ; le Ruban d'argent pour le meilleur sujet, la Grolla d'oro du meilleur acteur et le 1^{er} prix du Festival international du film de Belgrade.

¹⁷⁴ Sur la thématique, que nous nous limitons à évoquer pour des raisons de longueur, on verra au moins Garufo *et al.* 2024.

¹⁷⁵ Nous citons, à ce propos, les témoignages recueillis par Marina Frigerio Martina dans *Bambini proibiti : storie di famiglie italiane in Svizzera tra clandestinità e separazione* (2012) ou ceux rassemblés par Geneviève Heller *et al.* dans *Enfance sacrifiée : témoignages d'enfants placés entre 1930 et 1970* (2005).

¹⁷⁶ On verra au moins le documentaire réalisé par RTS (Radio Télévision Suisse), *Les enfants du placard* (2009).

quelques romans¹⁷⁷, de diverses productions cinématographiques¹⁷⁸ et parfois même de bandes dessinées¹⁷⁹.

C'est seulement à partir de 2002, grâce aux accords sur la libre circulation des personnes, que les ressortissants des pays membres de l'Union européenne ont pu accéder d'une manière plus équitable au marché de l'emploi suisse, tout en profitant de conditions de vie et de travail plus favorables. Tout cela a favorisé une nouvelle vague de migrations en provenance surtout des pays limitrophes, avec lesquels la Confédération suisse a toujours entretenu des relations privilégiées en termes économiques, bien sûr, mais aussi culturels, linguistiques, religieux.

Parmi ces pays, c'est Italie qui a fourni et qui fournit aujourd'hui encore le plus grand nombre de migrants, tant et si bien que les ressortissants italiens représentent depuis longtemps le groupe de population permanente étrangère le plus important de la Confédération suisse, comme nous le montrent les chiffres diffusés par l'Office de statistique que nous résumons dans le graphique suivant :

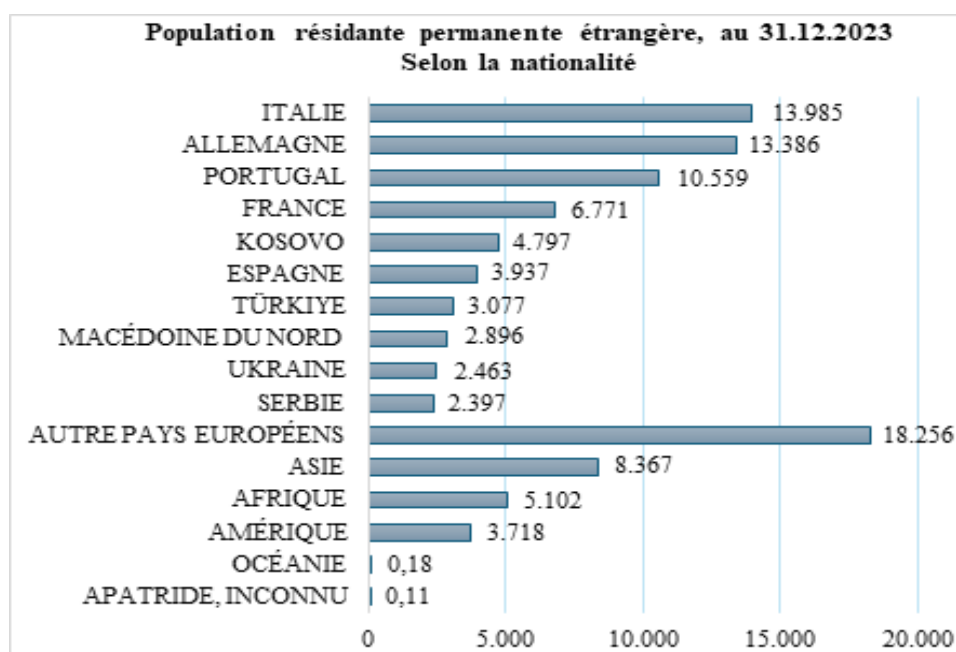


Fig. 1 : Population résidante permanente étrangère, au 31 décembre 2023, selon la nationalité¹⁸⁰

¹⁷⁷ Parmi les plus récents, nous citons Pasquali (2009) et Jaquet (2018).

¹⁷⁸ Parmi les films traitant cette problématique, on renvoie en particulier à *Les enfants du placard* (Jacquot 1977).

¹⁷⁹ Cfr. Bortune (réd.) et Bozzoli (ill.) 2022.

La communauté italienne en Suisse et l'italianité gastronomique. Une nouvelle vague culinaire

D'un point de vue sociologique, cette communauté d'Italiens présente des caractéristiques plutôt hétérogènes : les premières générations étaient composées essentiellement d'une population d'ouvriers peu ou pas qualifiés, provenant surtout du Sud de l'Italie, d'où ils partaient pour chercher fortune ailleurs¹⁸¹ ; en revanche, les nouveaux arrivants, plus jeunes et plus qualifiés, viennent en Suisse pour exercer des professions cohérentes avec leurs études¹⁸² ; on parle dans ce cas de fuite des cerveaux qui, au-delà de la connotation souvent négative qu'on attribue à cette expression, implique le plus souvent une opportunité de circulation et de mobilité pour une élite culturelle de plus en plus transnationale¹⁸³.

Aujourd'hui, « l'immigration italienne est [...] un formidable exemple d'intégration » (Bragagnini 2016), les Italiens, de première génération ou des générations suivantes, sont actuellement bien intégrés dans le tissu social et professionnel suisse, et si, à la moitié du siècle dernier, l'italianité était encore considérée avec un certain mépris, aujourd'hui, rebaptisée *Italian Lifestyle* (Ricciardi 2018, 13), elle est connotée d'une manière plus positive, à un tel point qu'en 2011 le canton du Valais a inscrit l'italianité – ou bien l'« italianità » (emblématiquement en italien)¹⁸⁴ – dans la liste de ses traditions à sauvegarder en tant que patrimoine immatériel, l'une des bases pour une candidature à la liste du patrimoine culturel de l'UNESCO.

¹⁸⁰ Les données sont tirées du site internet de l'Office fédéral de la statistique, et sont disponibles à la page <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/population/migration-integration/nationalite-etrangere/composition.html>.

¹⁸¹ Sur le sujet on verra Cattacin *et al.* 2013. Les photographies d'époque montrent bien les départs héroïques de ces années-là, les difficultés des migrants et leur attitude une fois arrivés en Suisse. C'est par ces mots que Federica Martini nous rappelle les gestes de ces hommes et de ces femmes : « Osservando le fotografie in bianco e nero che illustrano l'esperienza delle migrazioni italiane degli anni Sessanta e Settanta del XX secolo, tre tipologie d'immagini ritornano con insistenza : la valigia di cartone, accatastata alla stazione del treno, spinta in un vagone attraverso il finestrino, usata come sedile durante l'attesa alla dogana ; il gesto di un contadino che cerca, a fatica, di far salire un asino su per le scale di un condominio urbano ; il migrante dell'Italia del Sud che coltiva basilico nella vasca da bagno » (Martini 2016, 4).

¹⁸² Interviewé par Céline Zünd (2018, 7), Toni Ricciardi remarque, en effet : « Les nouveaux arrivants ont entre 25 et 30 ans, plus de la moitié sont diplômés, un bon tiers d'entre eux possèdent un titre académique et même 10 à 15% un doctorat ».

¹⁸³ Cfr. *ivi*.

¹⁸⁴ Cfr. <https://www.vs.ch/web/culture/liste-patrimoine-culturel-immateriel-valaisan>.

Cette italianité, qui concerne différents domaines de la vie sociale, atteint son sommet dans le domaine gastronomique.

Aujourd'hui la gastronomie italienne a définitivement conquis les palais suisses : les produits italiens abondent sur les étagères des supermarchés et, même dans les menus des restaurants proposant des plats typiquement suisses, il y a toujours une assiette italienne. Et c'est le cas dans les grandes villes aussi bien que dans les petits villages.

L'italianité gastronomique occupe donc une place d'honneur à la table suisse. Mais cette place n'a pas été conquise facilement¹⁸⁵. Comme nous l'explique Salvatore Bevilacqua, en effet, « [c]ette popularité fait oublier un processus d'assimilation historique qui ne s'est pas déroulé sans adaptations, incompréhensions réciproques et résistances culturelles fortes » (Bevilacqua 2010). Dans son étude sur l'histoire de la cuisine et de la gastronomie italienne en Suisse, Sabina Bellofatto (2011) retrace les étapes les plus importantes de l'italianisation de la cuisine helvétique et elle identifie deux événements majeurs comme étant à la base de ce phénomène : la grande émigration italienne qui a suivi la Seconde Guerre mondiale, favorisée par les premiers accords bilatéraux de 1948¹⁸⁶, et, par conséquent, l'augmentation de l'exportation de produits italiens pour satisfaire la demande des nouveaux migrants ; et le développement, en Suisse, du tourisme de masse, dont l'Italie était l'une des destinations préférées.

L'avènement de la société de consommation et du tourisme de masse, en particulier, a contribué à associer la cuisine italienne aux moments heureux des vacances, lui conférant une connotation hédoniste et positive. En Italie, les Suisses, comme du reste les autres touristes, ne s'intéressaient évidemment pas aux plats de la cuisine régionale, ils préféraient des spécialités plus connues, telles que la *pasta* et

¹⁸⁵ En retraçant l'histoire de la restauration italienne dans la Suisse des années 1970, Domenico Guzzo explique que « gli albori di un tale successo, ficcano le radici in contesti di surrettizia o palese xenofobia, di precariato professionale e sociale, di disadattamento, di depressione nostalgica, di emarginazione, e di alienazione, che si cristallizzavano lungo faglie di sfruttamento economico e d'impreparazione morale alla diversità » (Guzzo 2010).

¹⁸⁶ En 1948, la Confédération suisse signe avec l'Italie un premier accord bilatéral sur l'émigration, permettant à un grand nombre d'Italiens de s'expatrier en Suisse et aux entreprises suisses d'accéder à un réservoir de main d'œuvre italienne bon marché (Cfr. Mayer 1965, 6-7).

la *pizza*, qu'ils pouvaient facilement retrouver une fois rentrés chez eux (Bellofatto 2011, [2]). Pour leur part, les restaurants italiens en Suisse, gérés le plus souvent par des anciens plongeurs ou serveurs désireux d'un rachat social (Guzzo 2010), proposant des plats touristiques et plutôt économiques, contribuaient eux aussi à la diffusion d'une image stéréotypée de la cuisine italienne. Il s'agissait de restaurants – il convient de le remarquer – qui n'étaient pas fréquentés par les Italiens, lesquels, vivant reclus dans des logements transitoires situés en dehors des centres urbains et tenaillés par le sentiment de précarité engendré par leur statut de saisonniers, n'avaient ni l'intérêt ni le désir de fréquenter des lieux de loisirs ou de se mêler à la population locale (cfr. Bellofatto 2011, [2-3]). Leur cuisine restait donc étroitement liée aux traditions italiennes et devenait de plus en plus un élément d'agrégation communautaire et un symbole d'identification ethnique. Surtout pendant les fêtes organisées par des associations culturelles et récréatives, où les plats italiens ne manquaient jamais.

Cette cuisine, pratiquée par les Italiens à la maison ou pendant des moments d'agrégation, n'était pas la même cuisine que celle qu'appréciaient les Suisses, qui ne reconnaissaient pas dans ces plats ceux qu'ils mangeaient d'habitude en Italie ou qu'ils recherchaient dans les restaurants italiens en Suisse. De plus, une attitude clairement xénophobe était en train de se développer envers les Italiens qui, constituant le groupe d'immigrés le plus nombreux, paraissaient menacer la Suisse dans son identité culturelle¹⁸⁷. À ce propos, plusieurs études montrent l'attitude franchement xénophobe de la société suisse de l'époque qui étiquetait les Italiens comme des « bouffeurs de spaghettis » et des « mangeurs de chats » (Bevilacqua

¹⁸⁷ Dans le *Dictionnaire Historique de la Suisse*, Damir Skenderovic, souligne que « [d]un point de vue sociopsychologique, la xénophobie cache souvent la peur de l'autre, de l'inconnu, et se traduit par des réactions de méfiance, de rejet et d'hostilité à l'encontre des étrangers conduisant à des discriminations. [...] En Suisse, depuis le début du XX^e s., la xénophobie s'est affichée dans la société et en politique principalement à travers le discours sur la surpopulation étrangère (ou emprise étrangère), notion qui a connu une longévité unique en Europe. Faisant appel aux émotions et aux peurs de la population, fonctionnant comme réflexe de défense et code socioculturel, elle vise à exclure des groupes identifiés selon des critères civiques, culturels et sociaux. Toutefois, la xénophobie ne se contente pas de discourir ni d'attirer l'attention par des actes de violence, commis surtout par des hommes, contre les immigrés, mais elle se manifeste aussi souvent au quotidien de manière subtile et peu spectaculaire » (Skenderovic 2015).

2012) et qui leur reprochait une certaine réticence à abandonner leurs habitudes culinaires¹⁸⁸.

L'italianité gastronomique a donc suscité chez les Suisses une attitude ambivalente : d'un côté, elle a été considérée comme porteuse de valeurs négatives, d'un certain isolement culturel et d'un désir de domination sociale ; d'autre part, elle a été vue comme l'expression d'une culture de l'évasion et donc synonyme de soirées de fêtes et de vacances. Et c'est surtout à partir de cette dernière attitude (et non pas de la première) que l'italianité gastronomique s'est développée et qu'une certaine italianisation de la cuisine suisse a été possible.

En effet, plusieurs études mettent en évidence que les habitudes alimentaires des Suisses ont été de plus en plus influencées par la cuisine italienne. Et si, jusqu'en 2004, « le gruyère était [...] le fromage le plus apprécié par les Suisses (16,4% de la production totale), suivi de la raclette, de la mozzarella et de l'emmental » (Agristat 2023), aujourd'hui le fromage le plus consommé en Suisse est la *mozzarella*, en dépit de tous les autres productions laitières de tradition locale¹⁸⁹. De même, selon les données diffusées par SwissPasta, l'Association de l'industrie suisse des pâtes alimentaires, la Confédération suisse était en 2008 « le deuxième plus grand amateur [de pâtes alimentaires] d'Europe, derrière l'Italie »¹⁹⁰.

Ces changements, qui ont touché en profondeur la société et la culture suisses, ont eu des retombées considérables au niveau linguistique, tant et si bien que les emprunts à l'italien abondent dans le domaine gastronomique.

¹⁸⁸ « La cucina degli immigrati veniva dunque a rappresentare per certi aspetti una barriera sociale fra gli svizzeri e gli italiani. Alcuni svizzeri, da parte loro, non erano disposti a tollerare un certo comportamento alimentare e cominciarono a diffondere voci: gli italiani avrebbero mangiato troppi spaghetti e troppo aglio, ma anche lumache, uccelli e perfino cigni e gatti. È probabile che si fossero effettivamente verificati casi di questo genere ; ma la maggior parte degli italiani non aveva certo simili abitudini. [...] Alla base della diffusione di queste dicerie era la volontà di additare alla presenza problematica di una forte discrepanza culturale tra gli svizzeri e gli italiani » (Bellofatto 2011, [4-5]).

¹⁸⁹ Selon les données publiées dans la Statistique laitière de la Suisse 2023 (Agristat *et al.* 2023), publication annuelle éditée par Agristat en collaboration avec la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL, TSM Fiduciaire Sàrl, l'Interprofession du Lait (IP Lait) et Switzerland Cheese Marketing SA (SCM), la *mozzarella*, avec ses 28.950 tonnes produites en 2023, se situe à la première place parmi les fromages les plus consommés en Suisse, bien avant le Gruyère AOP (16.451 t) et la Raclette suisse (13.510 t).

¹⁹⁰ Selon ces données, « [l]es Suisses ont mangé 9,66 kilos de pâtes alimentaires par personne » pendant l'année 2008 (RTS 2009b).

Par ailleurs, les vins et les produits gastronomiques *made in Italy* sont aujourd'hui appréciés dans le monde entier pour leur très grande qualité, de sorte que, en dépit d'une baisse générale des exportations italiennes, le seul secteur qui résiste est le secteur agro-alimentaire (cfr. Fortis 2005).

L'italianité gastronomique devint donc de plus en plus synonyme de tradition, d'un savoir-faire transmis avec art et compétence et d'une attention particulière aux matières premières. Avec le temps, en outre, l'attention donnée à l'origine, à la qualité et à la fraîcheur des matières premières a engendré une nouvelle vague gastronomique, caractérisée par l'utilisation d'ingrédients locaux, à kilomètre zéro, et d'un cycle de production de plus en plus court. Les Italiens n'ont pas démérité et ont commencé à créer, sur le territoire suisse, des entreprises de produits de la tradition gastronomique italienne, utilisant des matières premières offertes par le terroir suisse et non pas importées d'Italie. Cette stratégie de production a permis à la fois d'atteindre le meilleur résultat possible en termes de fraîcheur des matières premières et, par conséquent, de qualité des produits, et de faire un clin d'œil aux Suisses qui préfèrent leur terroir au terroir italien. Et c'est sur ce point que la communication publicitaire de ces entreprises se concentre, essayant de mettre en avant le rapport entre la "suisseté" et l'"italianité".

Présentation de la problématique et axe de recherche

Pour les raisons que nous venons de présenter, notre analyse prendra en considération les stratégies de communication publicitaire¹⁹¹ mises en œuvre par certaines entreprises spécialisées dans la création et la vente de produits laitiers de tradition italienne et établies en Suisse romande. Concrètement, il s'agit d'activités commerciales qui ont en commun les origines italiennes de leurs fondateurs et la

¹⁹¹ La publicité est, selon Josette Rey-Debove, toute « [t]echnique de persuasion qui met en œuvre tous les systèmes de signes et de stimuli pour amener à acheter un bien ou un service » (Rey-Debove 1979, 118).

volonté de porter notre tradition gastronomique au-delà des frontières nationales¹⁹². Nous examinerons un *corpus* constitué de différents types de messages publicitaires (uni- ou multimodaux) présents sur les emballages des produits eux-mêmes, et sur les sites internet des entreprises, qui montrent la volonté de combiner la tradition italienne avec les valeurs de la communauté suisse.

Notre analyse se concentrera en particulier sur la Suisse romande, appelée aussi Romandie, soit la partie francophone de la Confédération suisse et qui se situe à l'Ouest du pays. Elle comprend notamment les cantons de Genève, du Jura (sauf la commune germanophone d'Ederswiler), de Neuchâtel, du Vaud, et une partie des cantons de Berne (le Jura bernois et Bienne), du Valais et de Fribourg. Après la Suisse italophone, la Suisse romande est, en effet, la partie de la Confédération qui a été la plus concernée par le phénomène migratoire au départ de l'Italie et la plus soumise à l'italianisation de ses traditions culinaires.

Plus particulièrement, le *corpus* qui sous-tend notre étude sera composé de trois entreprises que nous présentons, en synthèse et en ordre alphabétique, dans le tableau suivant¹⁹³ :

¹⁹² Cette réflexion côtoie la problématique, soulevée depuis une dizaine d'années, sur l'*Italian Sounding* (Vedovelli 2022), un phénomène qui consiste notamment à utiliser des mots, des images, des couleurs renvoyant à l'Italie ou à l'italianité pour promouvoir la vente à l'étranger de produits qui ne sont pas réellement fabriqués en Italie. À cela s'ajoutent les études sur l'*Italian Heritage* (Mori 2021 et Mori *sous presse*), qui implique un lien identitaire et d'appartenance entre les producteurs et l'Italie.

¹⁹³ Dans le cas de *Mozza'fiato* e *Casa Mozzarella*, les informations sont issues du site <http://business-monitor.ch/fr>, géré par Novertur International SA, une société suisse basée à Lausanne. Les informations concernant *Casa Maggiano* sont tirées, par contre, du site internet de l'entreprise, bien sûr, mais aussi du site de VitaVerDura (<https://www.vitaverdura.ch/nos-producteurs/casa-mozzarella-geneve>), une société qui s'occupe de promouvoir les entreprises du terroir romand, le commerce équitable et le développement durable.

Nom de l'entreprise	Site internet	Siège social		Propriétaire ou personne occupant un rôle décisionnel	Région italienne d'origine du propriétaire	Secteur d'activité	Année de fondation
		Canton	Ville				
Casa Maggiano	https://casamaggiano.ch	Berne	Biel/Bienne	Marco Maggiano	Pouilles	Exploitation de laiteries et fabrication de fromage	2017
Casa Mozzarella	https://web.casamozzarella.ch	Genève	Genève	Angelo Albrizio	Pouilles	Exploitation de laiteries et fabrication de fromage	2010
Mozza'fiato	https://mozzafiato.ch	Vaud	Cuarnens	Pascal Rotonda	Campanie	Exploitation de laiteries et fabrication de fromage	2016

Fig. 2 : Les entreprises sélectionnées

L'argumentation publicitaire

Pour chaque entreprise, avant de nous plonger dans l'examen de la rhétorique de l'argumentation publicitaire, nous analyserons tout d'abord le nom de la marque, le logo et le slogan choisis.

Pour le dire avec Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, la marque représente le « constituant minimal » du discours publicitaire (Adam et Bonhomme 2012, 82), et est « généralement arbitraire, liée au patronyme de ses fondateurs [...] ou au relativisme de la langue qui l'a vue naître [...] » (*ibidem*). Dans notre cas, la marque *Casa Maggiano* fait évidemment référence au patronyme de son fondateur (Maggiano est, en effet, le nom de famille de Marco, fondateur de *Casa Maggiano*) et renvoie à l'un des *topoi* les plus communs de l'italianité, à savoir la centralité de la famille, dont le mot « Casa » n'est ici qu'un synonyme. Pour sa part, *Casa Mozzarella*, tout en désignant tout simplement le produit laitier, suggère, lui aussi, par le même mot « Casa », une tradition et des valeurs à l'intérieur desquelles elle s'inscrit. *Mozza'fiato*, en revanche, est le résultat d'une élaboration plus complexe qui évoque à la fois l'adjectif invariable italien « mozzafiato » et le nom du produit « mozzarella », dont « mozza » n'est que l'abréviation, très répandue d'ailleurs dans la langue familière. Sorte de mot-valise renvoyant au produit et à l'italianité, il garde une apostrophe qui témoigne de sa polysémie.

En ce qui concerne le logo, il convient de préciser, pour le dire avec Adam et Bonhomme, qu'il s'agit d'un « signifiant composite » qui « constitue un signifiant publicitaire équivoque ou une image-mot, fluctuant entre le langage et le dessin » (ivi, 89). Et, comme nous le rappellent Martine Joly et Jessy Martin, les images de publicité sont les images les plus propices à l'analyse car « elles constituent une sorte de prototype de l'image médiatique, quand ce n'est pas de l'image tout court » (Joly et Martin 2021, 71). L'interprétation de ces images doit tenir en compte « l'interaction de différents outils, de différents types de signes : plastiques, iconiques, linguistiques » (ivi, 119) ; c'est sur ces prémisses que se base notre analyse. Les logos des trois entreprises qui constituent l'objet de notre analyse et que nous reproduisons ci-dessous¹⁹⁴, reprennent intégralement le nom de la marque et parfois même le slogan.

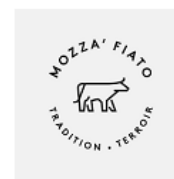


Fig. 3 : Les logos

Dans le cas de *Casa Maggiano*, le logo présente le nom de la marque écrit en noir sur un fond blanc et, au-dessous, le slogan de l'entreprise : « Non solo mozzarella ». Le tout est entouré par des lignes courbes, dorées, ressemblant à des gribouillages. *Casa Mozzarella*, par contre, toujours en noir sur un fond blanc, montre, au-dessus de la marque, le dessin d'un *trullo*, un bâtiment traditionnel typique des Pouilles dont le toit est en forme de cône. Pour ce qui est de *Mozza'fiato*, le logo reproduit, d'un point de vue iconographique, le dessin d'une vache aux contours noirs sur un fond gris clair. Placé au centre du logo, ce dessin est entouré de sa composante verbale, disposée en cercle : le demi-cercle supérieur est formé par le nom de la marque *Mozza'fiato*, alors que dans le demi-cercle inférieur on

¹⁹⁴ Les images sont tirées des sites internet des trois entreprises.

trouve le slogan de l'entreprise, à savoir deux mots qui synthétisent les deux essences de l'entreprise et de ses produits : tradition et terroir.

Trois choses se répètent dans les images des trois logos : le fond blanc ou presque blanc (qui renvoie évidemment à la couleur du lait et de ses dérivés), la couleur noire du caractère (qui se détache clairement du fond), et, dans le cas de *Mozza'fiato* et de *Casa Maggiano*, la rondeur suggérée par la disposition des mots (dans le logo de *Mozza'fiato*) ou par les formes sinueuses des dessins qui entourent la marque (dans celui de *Casa Maggiano*) ; cette rondeur évoque évidemment la forme arrondie des produits laitiers. Les choix linguistiques, pour leur part, par les références culturelles qu'ils véhiculent et par l'emploi de la langue italienne, orientent la perception des acheteurs promouvant une image des entreprises conforme aux valeurs sociales et culturelles de l'Italie.

Nous poursuivrons notre analyse avec l'examen du rédactionnel, qui constitue notamment « l'élément analytique » du texte publicitaire (Adam et Bonhomme 2012, 89), le lieu où, à travers « son déploiement syntagmatique, sa progression en arguments et en contre-arguments, son articulation en séquences et en sous-séquences, matérialisées ou non par une segmentation typographique en paragraphe » (*ibidem*), se développe l'argumentation publicitaire.

Dans le cas de *Casa Maggiano*, nous nous concentrerons sur la section du site qui est présentée sous le titre « Fromagerie ». Dans cette section, un long rédactionnel au titre en italien (« Benvenuti a Casa Maggiano ») est pris en charge directement par le propriétaire de l'entreprise, que montre une photo où il tient un *caciocavallo* en main. Voici le texte concerné :

Je suis originaire d'un petit village du Sud de l'Italie dans la région des Pouilles appelé Peschici où les traditions se transmettent de génération en génération avec amour et émotion. C'est un lieu unique où le culte de la gastronomie se manifeste tant par la simplicité de ses ingrédients que par ses saveurs originales exaltées par une préparation sans superflus. Pour l'épicurien averti que je suis, j'ai eu la chance de grandir dans cet environnement qui m'a permis de découvrir et d'apprécier, chaque jour, les produits de notre terroir. En 2012, j'ai quitté mon pays par amour et je me suis installé à Bienne. Après quelques cours de langues et aventures diverses, je suis arrivé à la conclusion que ma passion pour l'art culinaire ainsi que pour les produits de mon pays natal devaient trouver un lieu où partager avec mes compatriotes ainsi qu'avec les personnes locales, la chaleur d'un foyer, la saveur de nos mets et le parfum de nos épices. C'est ainsi qu'en 2014 est née l'idée de Casa Maggiano qui s'est finalement concrétisée le 21 février 2018 avec l'ouverture de mon local.

Dans notre fromagerie, nous utilisons uniquement du lait suisse que nous travaillons de manière artisanale et selon les traditions italiennes les plus anciennes, c'est ainsi que naissent nos fromages frais telles que mozzarella, ricotta, scamorza, etc.
Chaque jour, vous avez aussi l'occasion de voir à l'œuvre notre fromager. [...]
Casa Maggiano est aussi votre maison !

C'est évident, ce rédactionnel, qui exploite par ailleurs les ressources publicitaires du *storytelling*¹⁹⁵, renvoie à la fonction que Roland Barthes appelle « remémorative » (Barthes 1961, 983)¹⁹⁶, cette fonction qui permet à l'homme « de s'insérer chaque jour dans un passé national » (*ibidem*). En élargissant les réflexions de Barthes en dehors des limites françaises, nous pouvons affirmer avec lui que cette fonction englobe « les techniques (préparation, cuisson) qui détiennent cette sorte de vertu historique : elles viennent de loin, du fond des âges [...] : en elles, dit-on, toute une expérience, toute une sagesse ancestrale, sont déposées » (*ibidem*). Et il continue en affirmant que

le thème historique, si fréquent dans la publicité, mobilise deux valeurs différentes ; d'une part il implique une tradition aristocratique (dynasties de fabricants, moutarde du Roy, cognac Napoléon), et d'autre part, la nourriture est très souvent chargée de représenter la survivance savoureuse d'une ancienne société rurale (d'ailleurs utopique). (*Ibidem*)

Ainsi, ce rédactionnel insiste sur les traditions du Sud de l'Italie, un lieu où « les traditions se transmettent de génération en génération avec amour et émotion » et où la gastronomie devient un véritable « culte », qui se manifeste tant par « la simplicité de ses ingrédients que par ses saveurs originales exaltées par une préparation sans superflus ». À tout cela s'ajoute l'importance des matières premières suisses (le « lait suisse ») travaillées « de manière artisanale » et qui, avec

¹⁹⁵ Les études sur le *storytelling* en tant que stratégie publicitaire viennent des États-Unis, où elles se développent à partir de la dernière décennie du siècle dernier, dans le sillage des études sur la dimension publicitaire de la narration politique. Également appelé « mise en récit » ou « communication narrative », le *storytelling* suscite aujourd'hui un certain intérêt auprès de la critique française. Pour nous limiter au domaine francophone, nous renvoyons au moins aux études de Gillet (2023), Plasse (2011), Bordeau (2012) et Salmon (2007).

¹⁹⁶ À ce propos, Roland Barthes indique une liste de trois grands thèmes qu'on peut dégager dans la publicité alimentaire : « Le premier groupe assigne à la nourriture une fonction en quelque sorte remémorative [...]. Un second groupe de valeurs concerne ce que l'on pourrait appeler la situation anthropologique du consommateur moderne. [...] Enfin, un troisième champ notionnel est constitué par tout un ensemble de valeurs ambiguës, à la fois somatiques et psychiques, rassemblées autour du concept de *santé* » (Barthes 1961, 984).

« les traditions italiennes les plus anciennes », permettent la naissance des fromages frais.

Lauréat au Prix du Commerce 2023¹⁹⁷, *Casa Mozzarella* présente, pour sa part, un site encore en développement. Dans la page d'accueil, cette entreprise affiche néanmoins les atouts de sa production ; et cela à travers un rédactionnel divisé en trois parties :

- | | |
|----------------------------------|---|
| De la mozza
enfin à
Genève | La mozzarella n'est pas toujours ce morceau de mastic insipide que vendent nos supérettes sous cellophane. L'authentique, la crémeuse, la voluptueuse, n'est pas non plus forcément issue du lait de bufflonne, comme le martèlent certains intégristes à œillères. |
| 2 adresses à
Genève | Du Latium à la Calabre, on fabrique aussi ces divines bouboules avec du lait de vache. Et c'est la fête. Pour un peu que le fromage s'avère artisanal, certes, et d'une fraîcheur éclatante. |
| 100% naturel | Ricotta, scamorza, mozzarella fior di latte, burrata : les spécialités proposées par la Casa Mozzarella sont variées et fraîchement préparées. Gare aux papilles : ici, tout est fait à la main et garanti 100% naturel. |

Ici, ce sont l'hyperbole et l'euphorie qui dominent¹⁹⁸ et qui connotent tout le passage. L'énumération des qualités (« authentique », « crémeuse », « voluptueuse »), tout d'abord, semble connoter, plutôt que dénoter, le produit d'une manière positive. L'énumération des produits proposés par cette entreprise (*ricotta, scamorza, mozzarella fior di latte, burrata*), pour sa part, coupant, par sa longueur, le souffle au lecteur, donne une impression d'abondance et de surprise. À cela s'ajoute la description élogieuse et hyperbolique (comme le manifestent les adjectifs « divine » et « éclatante ») et l'exhortation (« Gare aux papilles »), sorte d'invitation et de conseil d'achat qui montre la « composante intersubjective de l'argumentation publicitaire » (Adam et Bonhomme 2012, 130).

Dans le cas de *Mozza'fiato*, c'est à l'intérieur de la section « à propos » de son site internet qu'elle expose les atouts de son activité. Et cela à travers un tableau

¹⁹⁷ Cfr. <https://www.ge.ch/document/prix-du-commerce-2023-casa-mozzarella>.

¹⁹⁸ « Ce type de description euphorique et même très souvent hyperbolique du produit est inséparable du conseil d'achat, c'est-à-dire d'un mouvement délibératif. Argumenter passe par la description élogieuse et la description élogieuse est inévitablement conseil d'achat » (Adam et Bonhomme 2012, 126).

divisé en quatre sections : « Local », « Qualité », « Artisanat » et « Savoir-faire ». Nous en reproduisons le contenu dans le tableau suivant :

Local	Qualité	Artisanat	Savoir-faire
Nos fromages sont le [sɛ] fruits du mariage entre la tradition italienne et le terroir vaudois. Toutes nos spécialités sont réalisées dans nos fromageries de Cuarnens et toutes nos ingrédients sont de la région ! Nous sommes certifiés OIC qui est le label terre vaudois qui certifie que toutes nos matières premières sont vaudoises !	Le [sɛ] qualité sacré chez Mozza'fiato ! Nous mettons un point d'honneur à sélectionner les meilleurs [sɛ] matières premières locales et d'excellente qualité que nous prenons soin de sublimer. Nous n'utilisons aucun conservateurs, aucun colorant et aucun arômes artificiels.	Nous produisons de manière artisanale avec patience, passion et amour pour donner tout le meilleur à nos produits. Chacun de nos fromages est unique et il offre un voyage gustatif entre le terroir vaudois et le [sɛ] tradition italienne.	Notre fromager, c'est le maestro de la mozzarella ! Depuis plus de 30 ans, il file "la pasta filata" et transforme le lait en une succulente fior di latte ou une onctueuse burrata.

Dans un français encore plutôt maladroit, *Mozza'fiato* explique donc les caractéristiques de ses produits, réalisés à Cuarnens par Gerardo Rotonda et par son fils Pascal, originaires d'Avellino, en Campanie. Et cela dans un rédactionnel où domine la description euphorique, et parfois même hyperbolique (les points d'exclamation en témoignent), articulé en quatre parties, dont chacune reprend essentiellement un concept clé : le mariage entre la tradition italienne et le terroir vaudois. Même dans ce cas, la publicité fait appel à ce que dans la terminologie barthésienne, on appelle fonction « remémorative » (Barthes 1961, 983).

Pour revenir à notre analyse, dans la partie qui est indiquée sous le titre « Local », c'est le mot « vaudois/e » qui prend le dessus : il est en fait répété trois fois (« terroir vaudois », « terre vaudois[e] », « matières premières [...] vaudoises ») et se présente aussi dans l'expression anaphorique « de la région ». Dans la deuxième, on souligne surtout la qualité des produits, mise ici en évidence à travers des choix lexicaux qui suggèrent les valeurs (« honneur »), la pureté et l'élévation (« sublimer »), jusqu'à toucher le domaine religieux (« sacré »). Cette section se termine avec l'itération de la négation « aucun » (« aucun conservateurs, aucun colorant et aucun

arômes artificiels») pour dissiper le moindre doute sur la qualité des matières premières employées. La troisième partie est axée en revanche sur le travail artisanal qui conduit à la réalisation des produits laitiers. Ce travail est ici présenté d'une manière plutôt stéréotypée en mettant en évidence des aspects tels que la lenteur, la passion et l'amour qui en sont à la base.

Après ce voyage autour de la production, le rédactionnel se termine avec la répétition d'un concept déjà bien établi : l'union entre le terroir suisse et la tradition italienne. La dernière section, enfin, est un véritable hommage à la tradition italienne avec des emprunts issus du domaine des aliments et de la tradition gastronomique italienne (*fior di latte, pasta filata, mozzarella, burrata*).

Pour ce qui concerne notre analyse de l'argumentation publicitaire, le rédactionnel de *Mozza'fiato* présent sur le site du canton de Vaud nous semble encore plus emblématique : il est placé à droite d'une photo en noir et blanc montrant les mains d'un fromager en train de 'filer' la pâte d'une *mozzarella*. Alors que l'image participe intentionnellement¹⁹⁹ à la création d'un message persuasif et efficace, centré sur la tradition et sur l'idée d'un passé porteur de valeurs et de connaissances anciennes à sauvegarder, le texte articule une argumentation en plusieurs étapes. Voici le texte concerné :

La mozzarella est le fromage le plus consommé en Suisse. Cependant, il n'y a que très peu de fabriques artisanales dans notre pays. Ce fromage est presque exclusivement importé et industriel. Fort de ce constat, Mozza'fiato est créé pour offrir une mozzarella de vache et de buffle locale et artisanale. Mozza'fiato est le fruit du mariage entre la tradition italienne et le terroir vaudois. Toutes les spécialités sont réalisées dans la fromagerie de Cuarnens et tous les ingrédients sont de la région. Le lait provient de fermes environnantes à « km 0 ».²⁰⁰

Dans ce cas, il est clair que l'argumentation explicitée dans ce bref texte publicitaire suit un ordre progressif selon le modèle suivant :

¹⁹⁹ Sur l'intentionnalité de la signification de l'image, Roland Barthes affirmait en effet que « ce sont certains attributs du produit qui forment *a priori* les signifiés du message publicitaire et ces signifiés doivent être transmis aussi clairement que possible ; si l'image contient des signes, on est donc certain qu'en publicité ces signes sont pleins, formés en vue de la meilleure lecture : l'image publicitaire est *franche*, ou du moins emphatique » (Barthes 1964, 40).

²⁰⁰ Ce rédactionnel est disponible à la page <https://www.vaud.ch/terroir/producteurs/mozzafiato-sarl>.

Données → [Inférence] → Conclusion

Mais il se trouve que le premier segment textuel apparaît ici comme l'argument-donnée de l'argumentation qui s'étale dans le segment suivant ; et qu'une description finale du produit présente une forte visée argumentative. Voilà donc explicité le mouvement argumentatif de cette publicité. Pour ce faire, nous renvoyons à Adam (2017, 175-179) et Adam et Bonhomme (2012, 150-172) :

SEGMENT 1

Donnée 1a

La mozzarella est le fromage le plus consommé en Suisse.

Donnée 1b

Cependant²⁰¹, il n'y a que très peu de fabriques artisanales dans notre pays.

→ *Conclusion 1*

Ce fromage est presque exclusivement importé et industriel.

SEGMENT 2

Donnée 2

Ce fromage est presque exclusivement importé et industriel.

→ *Conclusion 2*

[Fort de ce constat,
Mozza'fiato est créé pour offrir une mozzarella de vache et de
buffle locale et artisanale.]

SEGMENT 3

Description

Mozza'fiato est le fruit du mariage entre la tradition italienne et le terroir vaudois. Toutes les spécialités sont réalisées dans la fromagerie de Cuarnens et tous les ingrédients sont de la région. Le lait provient de fermes environnantes à « km 0 ».

Conclusion

Notre analyse, que nous avons limitée à une seule typologie de produits gastronomiques pour des raisons de longueur, a bien montré comment l'argumentation publicitaire procède à travers une double stratégie : d'un côté elle met en évidence, en l'amplifiant, le lien entre le produit dont on fait la promotion et des valeurs positives, partagées par la communauté des acheteurs potentiels ; et de

²⁰¹ Le fait que l'on puisse remplacer le connecteur « cependant » par « et pourtant » ou bien par « mais pourtant » confirme, la nature concessive de ce passage. Voir sur ce point Adam et Bonhomme (2012, 154).

l'autre côté elle exhorte à l'achat. Les deux aspects ne procèdent pas isolément et sont évidemment étroitement liés.

Dans notre cas, s'agissant de produits liés à la tradition italienne, les publicités mettent en évidence l'inscription de chaque produit à l'intérieur d'une tradition partagée par la communauté italienne, et font ressortir le savoir-faire qui sous-tend leur production. En même temps, les entreprises qui ont fait l'objet de notre analyse montrent la volonté de satisfaire à la fois le désir de fraîcheur de la clientèle italienne et l'orgueil national des Suisses, toujours fiers de leur production laitière.

Mais, nous venons de le voir, ce mariage entre la tradition italienne et le terroir suisse n'est pas exempt de stéréotypes. Il arrive parfois, en effet, que certaines images (iconographiques ou verbales) évoquées par la rhétorique publicitaire soient plutôt figées et qu'elles reflètent une vision stéréotypée de la « réalité signifiante » qu'elles évoquent, comme nous l'avons remarqué surtout à propos de la citation du travail artisanal. Loin d'être donc le reflet du « réel »²⁰², le langage publicitaire puise le plus souvent dans un réservoir de connaissances déjà acquises et partagées, dans le seul but de convaincre, de persuader, d'inciter à l'achat tout consommateur

²⁰² Dans son récente étude sur la communication publicitaire, Odile Camus souligne la différence entre le réel et la réalité signifiante : « Il ne peut y avoir de réalité sociale que co-construite. Il n'y a donc de réalité sociale que tant que les hommes sont en mesure de la construire, c'est-à-dire de transformer, par la communication, le réel indéterminé en réalité signifiante. Or, dans le langage de la publicité, réel et réalité signifiante sont totalement confondus » (Camus 2021, 192).

Bibliographie

- Adam, Jean-Michel (2017), *Les Textes : types et prototypes*, 4^e édition, Paris, Armand Colin.
- Adam, Jean-Michel et Bonhomme, Marc (2012), *L'argumentation publicitaire*, Paris, Armand Colin, coll. « ICOM ».
- Barthes, Roland (1961), *Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine*, « Annales. Economies, sociétés, civilisations », vol. 16, n. 5, pp. 977-986.
- Barthes Roland (1964), *Rhétorique de l'image*, « Communications », n. 4, pp. 40-51.
- Bellofatto, Sabina (2011), *Buon appetito Svizzera ! Per una storia della gastronomia italiana in Svizzera nel dopoguerra*, « Zurich Open Repository and Archive », University of Zurich, <https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/62758/>. DOI : <https://doi.org/10.5167/uzh-62758> (dernier accès le 15 octobre 2024).
- Bevilacqua, Salvatore (2010), *Un "régime méditerranéen" bon à penser. La lisibilité sociale et médicale des pratiques alimentaires des migrants italiens aux Etats-Unis et en Suisse (20^e siècle)*, « Anthropology of food », 7 December 2010, *Migrations, pratiques alimentaires et rapports sociaux*. DOI : <https://doi.org/10.4000/aof.6600> (dernier accès le 13 octobre 2024).
- Bevilacqua, Salvatore (2012), *"Bouffeurs de spaghettis" et "mangeurs de chats". L'alimentation du migrant italien des années 1960-1970*, « Terra cognita », n. 20, pp. 38-41.
- Bordeau, Jeanne (2012) *Storytelling et Contenu de marque. La puissance du langage à l'ère numérique*, Paris, Ellipses.
- Bortune, Pierdomenico (rédacteur) et Bozzoli, Cecilia (illustrations) (2022), *Celeste, l'enfant cachée*, Lausanne, Éditions Antipodes ; édition italienne *Celeste bambina nascosta. La migrazione italiana in Svizzera* (2024), Zurigo-Ginevra, Seismo.
- Bragagnini, Federico (2016), *Les Italiens et la Suisse, une histoire d'amour qui était pourtant mal partie*, « Swissinfo.ch », 08 novembre 2016, <https://www.swissinfo.ch/fre/economie/les-italiens-et-la-suisse-une-histoire-d-amour-qui-%c3%a9tait-pourtant-mal-partie/42501920> (dernier accès le 10 octobre 2024).
- Camus, Odile (2021), *Le Travail symbolique de la communication publicitaire. Pensée automatique, signes autoréférents, imaginaire objectif*, « Analysis », vol. 2, n. 5, pp. 188-193.
- Cattacin, Sandro, La Barba, Morena, Oris, Michel et Stohr, Christian (dir.) (2013), *La Migration italienne dans la Suisse d'Après-guerre*, Lausanne, Éditions Antipodes.
- Fortis, Marco (2005), *Il Made in Italy manifatturiero e la sfida globale*, « Economia e politica industriale », vol. XXXII, n. 1, pp. 7-16.

- Frigerio Martina, Marina (2012), *Bambini proibiti: storie di famiglie italiane in Svizzera tra clandestinità e separazione*, Treviso, Il Margine.
- Garufo, Francesco, Kiani, Sarah et Schulz, Kristina (2024), *Enfants du placard: À l'école de la clandestinité*, Neuchâtel, Éditions Livreo-Alphil.
- Gillet, Camille (2023), *Le pouvoir du storytelling – Maîtriser le récit d'une marque*, Paris, Eyrolles Édition.
- Guzzo, Domenico (2010), *Pane e cioccolata. Cronaca ordinaria di una straordinaria emigrazione. La ristorazione italiana nella Svizzera anni '70*, « Italties », n. 14, pp. 485-502, disponible en ligne, <http://journals.openedition.org/italies/3375>. DOI : <https://doi.org/10.4000/italies.3375> (dernier accès le 30 octobre 2024).
- Heller, Geneviève, Avanzino, Pierre et Lacharme, Cécile (2005), *Enfance sacrifiée : témoignages d'enfants placés entre 1930 et 1970*, Préface de Lyon, Anne-Catherine, Lausanne, Haute École de travail social et de la santé.
- Jaquet, Tiffany (2018), *L'enfant du placard*, Lausanne, Plaisir de lire, coll. « Aujourd'hui ».
- Joly, Martine et Martin, Jessy (2021), *Introduction à l'analyse de l'image*, Malakoff, Armand Colin.
- Martini, Federica (2016), *La prevalenza del "particolare"*, in Id. (éd.), *Vedi alla voce*, Sion, École cantonale d'art du Valais, coll. « Traces », pp. 4-14.
- Mayer, Kurt B. (1965), *Postwar Migration from Italy to Switzerland*, « International Migration Digest », vol. 2, n. 1, pp. 5-13.
- Mori, Laura (2021), *Italian Heritage come categoria interpretativa dell'italianità linguistico-culturale per l'analisi della comunicazione commerciale nel mercato economico internazionale*, « Cultura & Comunicazione », n. 19, pp. 36-48.
- Ead. (sous presse), *Purely Australian, naturally Italian... la costruzione identitaria nella comunicazione multimediale e multimodale di attività commerciali di Italian Heritage in Australia*, in Aleo, Carla, Rizzo, Cettina e Squatrito, Stefana (éd.), *Immagini, simboli e lingue delle migrazioni*, Milano, Biblion edizioni.
- Pasquali, Adrien (2009), *Le pain du silence*, Chêne-Bourg, Zoé éditions.
- Pauchard, Olivier et Mariani, Daniele (2010), *Interdit aux chiens et aux italiens*, « Swissinfo.ch », 20 juillet 2010, <http://www.swissinfo.ch/fre/-interdit-aux-chiens-et-aux-italiens-/8998380> (dernier accès le 24 octobre 2024).
- Plasse, Franck (2011), *Storytelling : enjeux, méthodes et cas pratiques de communication narrative*, Voiron, Territorial Éditions.
- Rey-Debove, Josette (1979), *Sémiotique*, Paris, PUF.
- Ricciardi, Toni (2010), *I figli degli stagionali: bambini clandestini*, « Studi emigrazione », vol. 180, n. 47, pp. 872-886.

- Ricciardi, Toni (2018), *Breve storia dell'emigrazione italiana in Svizzera. Dall'esodo di massa alle nuove mobilità*, Roma, Donzelli.
- Ricciardi, Toni (2019), *L'enfance niée en Suisse : perspectives historiques*, in Nathalie Blais, Marisa Fois et Antoine Roblain (éd.), *Dynamiques de formalisation et d'informalisation dans l'étude des migrations*, Genève, Université de Genève, « Sociograph – Sociological Research Studies », n. 42, pp. 193–207.
- Salmon, Christian (2007), *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte.
- Shaukat, Saffia (2014), *Les "orphelins de frontière" à la Casa del fanciullo de Domodossola. Des familles migrantes désagrégées*, « Itinera », n. 36, pp. 113-122.
- Skenderovic, Damir (2015), *Xénophobie*, trad. de l'allemand par Florence Piguet, in *Dictionnaire Historique de la Suisse*, version du 05 mai 2015, <https://hls-dhs-dss.ch/fr/articles/016529/2015-05-05/> (dernier accès le 10 octobre 2024).
- Vedovelli, Massimo (2022), *L'Italian Sounding: per un modello di analisi semiotico-linguistica dei processi produttivi nei contesti di emigrazione italiana nel mondo*, in Mariapia D'Angelo, Martina Ožbot (éd.), *Lingue e discorsi. Studi in onore di Paola Desideri*, Firenze, Cesati, pp. 59-75.
- Zünd, Céline, (2018) *Une nouvelle vague d'immigration italienne*, « Le Temps », 02 mars 2018, p. 7.

Filmographie et vidéographie

- Brusati, Franco (1973), *Pane e cioccolata*, Verona Produzioni Cinematografiche.
- Jacquot, Benoît (1977), *Les enfants du placard*, G.M.F. Productions.
- RTS (Radio Télévision Suisse) (2009), *Les enfants du placard* (Temps présent) [Documentaire], durée 29 min., in *L'immigration italienne en Suisse* (2019), disponible depuis le 09.05.2019, <https://www.rts.ch/decouverte/monde-et-societe/monde/migrations/10759720-limmigration-italienne-en-suisse.html> (dernier accès le 07 octobre 2024).

Sites internet et autres ressources numériques

<https://business-monitor.ch/fr>

<https://casamaggiano.ch>

<https://web.casamozzarella.ch>

<https://www.ge.ch/document/prix-du-commerce-2023-casa-mozzarella>

<https://www.vaud.ch/terroir/producteurs/mozzafiato-sarl>

<https://www.vitaverdura.ch>

<https://www.vs.ch/web/culture/liste-patrimoine-culturel-immateriel-valaisan>

Agristat, TSM, PSL, SCM, IP Lait (2023), *Statistique laitière*, <https://www.sbv-usp.ch/fr/statistique-laitiere-de-la-suisse-2023> (dernier accès le 25 octobre 2024).

Dictionnaire historique de la Suisse, URL : <https://hls-dhs-dss.ch/fr/>

Office fédéral de la statistique (2024), *Composition de la population étrangère*, <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/population/migration-integration/nationalite-etrangere/composition.html> (dernier accès le 29 septembre 2024).

RTS (Radio Télévision Suisse) (2009b), *Les Suisses, grands consommateurs de pâtes*, disponible depuis le 05.03.2009, <https://www.rts.ch/info/economie/1031336-les-suissees-grands-consommateurs-de-pates.html> (dernier accès le 07 octobre 2024).

Notice biographique

Stefana Squatrito est chercheuse en Langue, Linguistique et Traduction françaises à l'Université de Messine. Elle est titulaire d'un doctorat en Études françaises de l'Université de Catane et, pour l'année universitaire 2009/10, a été titulaire d'une bourse de recherche annuelle de la Confédération suisse qui lui a permis de travailler au Centre de Recherche sur les Lettres Romandes de l'Université de Lausanne.

Ses recherches portent surtout sur la traduction et la réflexion traductologique, sur la transécriture intersémiotique et sur la didactique du FLE. Parmi ses travaux : l'édition critique de certaines nouvelles inédites de l'écrivaine suisse romande Monique Saint-Héliier (*Les Oiseaux du matin et autres nouvelles inédites*, Éditions de l'Aire, 2012) la traduction de *La Cage aux rêves* de la même autrice (*Gabbia di sogni*, Armando Dadò Editore, 2019) et les traductions de Denise Aubert (*La Villa tra le Dune*, Agorà & Co., 2022) et d'Henri Bosco (*Sylvius*, Aracne, 2022).

stefana.squatrito@unime.it

Come citare questo articolo

Squatrito, Stefana (2024), *Tradition italienne et terroir suisse. L'italianité gastronomique dans la communication publicitaire de certaines activités commerciales implantées en Suisse romande : entre remémoration et stéréotypie*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 169-214.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

INTEGRER LE GENRE DANS L'ENSEIGNEMENT/APPRENTISSAGE DU LEXIQUE DU
TOURISME ET DE LA GASTRONOMIE*

Sara Manuela Cacioppo

Cette étude entend appliquer une approche pluridisciplinaire croisant la psycholinguistique et les études de genre à l'enseignement/apprentissage du FOS en milieu universitaire, en se concentrant notamment sur l'enseignement explicite et systématique du lexique (Grossmann 2011, Tremblay et Polguère 2014, Frassi 2018, Tremblay et Anctil 2020, Sardier 2021) du tourisme et de la gastronomie, associé au lexique de genre. L'étude se penche aussi sur la réflexion transculturelle ou *migrations gastronomiques métaphoriques* de la L2 à la L1 et vice-versa que les unités lexicales/terminologiques impliquent au cours du processus d'apprentissage. Une unité didactique a été conçue dans ce but, intitulée *Tourisme, gastronomie et genre : un dialogue*, dont le contenu et les activités ont été adaptés à la double nécessité de préparer les apprenants à l'entrée dans la sphère professionnelle et de les sensibiliser aux questions de genre qui se posent dans les domaines du tourisme et de la gastronomie. L'expérimentation s'est adressée à des étudiants italophones en deuxième année de Licence en *Turismo, Territori e Imprese* de l'Université de Palerme.

Mots-clés

FOS - Français sur objectifs spécifiques, didactique de la langue française, études de genre, terminologie

INTEGRATING GENDER INTO THE TEACHING/LEARNING OF TOURISM AND
GASTRONOMY LEXICON

This study intends to apply a pluridisciplinary approach crossing psycholinguistics and gender studies to the teaching/learning of FOS in a university setting, focusing in particular on the explicit and systematic teaching of the lexicon (Grossmann 2011, Tremblay and Polguère 2014, Frassi 2018, Tremblay and Anctil 2020, Sardier 2021) of tourism and gastronomy, associated with the gender lexicon. The study also looks at the transcultural reflection or *metaphorical gastronomic migrations* from L2 to L1 and vice versa that the lexical/terminological units imply during the learning process. A teaching unit was designed for this purpose, entitled *Tourism, gastronomy and gender: a dialogue*, the content and activities of which were adapted to the dual need to prepare learners for entry into the professional sphere and to raise their awareness of the gender issues arising in the fields of tourism and gastronomy. The experiment was aimed at Italian-speaking students in the second year of a degree course in *Turismo, Territori e Imprese* at the University of Palermo.

Keywords

FOS - French for Specific Purposes, French language didactics, gender studies, terminology.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21201>

* The article was amended on 2025-02-05, see the *erratum*: <https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21287>

INTEGRER LE GENRE DANS L'ENSEIGNEMENT/APPRENTISSAGE DU LEXIQUE DU TOURISME ET DE LA GASTRONOMIE

Sara Manuela Cacioppo

1. *Introduction*

Le FOS - *Français sur objectifs spécifiques*, branche du FLE - *Français Langue Étrangère*, s'adresse à un public d'apprenants qui « manifestent fréquemment une perception claire de leurs besoins » (Richer 2008 : 21), ayant besoin d'acquérir des compétences spécifiques dans un délai court, « des savoirs, des savoir-faire et des comportements qui leur permettent de faire face aux situations auxquelles ils seront confrontés dans leur vie universitaire ou professionnelle » (Carras et Abry-Deffayet 2007, 7). Holtzer précise qu'il s'agit de « publics non spécialistes de français qui ont besoin de cette langue pour des objectifs autres que linguistiques » (2004, 21). L'objectif du FOS n'est en effet « la maîtrise de la langue en soi, mais l'accès à des savoir-faire langagiers dans des situations dûment identifiées de communication professionnelle ou académique » (Cuq 2003, 109-110).

Dans cette optique, les programmes conçus ainsi que les matériaux élaborés par l'enseignant doivent être adaptés aux besoins spécifiques du public d'apprenants, définis au cas par cas, afin de les aider à développer des compétences communicatives dans le domaine professionnel. À cet égard, Mangiante et Parpette soulignent que dans le FOS aux fonctions et compétences de l'enseignant s'ajoute celui de « concepteur » :

Dans la version optimale du FOS, cela nécessite un traitement au cas par cas, c'est à-dire l'élaboration d'un programme adapté à chaque demande. Cette perspective modifie largement le rôle de l'enseignant, qui devient alors concepteur d'un matériel pédagogique nouveau. (Mangiante et Parpette, 2004, 6)

C'est précisément dans la perspective de la *conception* et de la *nouveauté* que cette étude entend appliquer une approche pluridisciplinaire croisant la psycholinguistique et les études de genre à l'Enseignement/Apprentissage du FOS¹ en milieu universitaire, en se concentrant notamment sur l'enseignement explicite et systématique du lexique (Grossmann 2011, Tremblay et Polguère 2014, Frassi 2018, Tremblay et Anctil 2020, Sardier 2021) du tourisme² et de la gastronomie³, associé au lexique de genre. L'étude se penche aussi sur la réflexion transculturelle ou *migrations gastronomiques métaphoriques* (MGM) de la L2 à la L1 et vice-versa que les unités lexicales/terminologiques impliquent au cours du processus d'apprentissage. Par MGM, nous entendons le sens métaphorique d'une lexie qui voyage d'une langue-culture à l'autre (dans notre cas, le français et l'italien) tout en restant stable. L'analyse contrastive de celles-ci, en se penchant spécifiquement sur les métaphores véhiculant des comportements, aidera l'apprenant dans le développement de la pensée critique.

S'il est vrai que le binôme langue-culture est indissociable dans l'enseignement/apprentissage des langues dans la mesure où « l'une est dans l'autre et l'autre dans l'une » (Galisson 1994, 25), l'intégration de la lexiculture – dont l'objet est « la culture en dépôt dans ou sous certains mots, dits culturels, qu'il convient de repérer, d'explicitier et d'interpréter » (Galisson 1999, 480) – dans le FOS se révèle essentielle : « Il s'agit de ne pas négliger cette dimension culturelle mais d'explicitier ces implicites culturels quand on a affaire à des apprenants de FOS, qui n'ont pas l'intuition et la culture du locuteur natif » (Binon et Verlinde 2004, 276).

Il est à noter que l'enseignement de la terminologie touristique et gastronomique véhicule souvent aussi une *culture de genre*, migrant d'une langue-culture à l'autre, ce qui permet aux apprenants d'observer non seulement l'égalité de

¹ Pour un aperçu du FOS et de l'enseignement du lexique du tourisme et de la gastronomie voir : Carras *et al* 2016.

² Pour plus d'informations sur la langue du tourisme et sa terminologie voir : Leopizzi 2008 ; Chessa 2009.

³ Cfr Negro Alousque 2010.

pensée dans les langues-cultures en ce qui concerne le genre, mais aussi de « favoriser le développement harmonieux de la personnalité de l'apprenant et de son identité en réponse à l'expérience enrichissante de l'altérité en matière de langue et de culture » (Conseil de l'Europe 2001, 9). Dans les termes de Mangiante « la connaissance de la culture de l'autre permet une meilleure compréhension des valeurs convergentes et divergentes » (2015, 65).

La familiarisation au thème des migrations gastronomiques métaphoriques centrées sur le genre permettra aux étudiants de développer, en plus de la « compétence terminologique » et de la « compétence métaterminologique » (Frassi 2020 ; Bonadonna 2023, 2024), la *compétence de genre*, c'est-à-dire la capacité de connaître et de re-connaître les significations socioculturelles associées à l'identité de genre et aux rôles de genre.

Dans ce but, une unité didactique (dorénavant UD) a été conçue, intitulée *Tourisme, gastronomie et genre : un dialogue*, dont le contenu et les activités ont été adaptés à la double nécessité de préparer les apprenants à l'entrée dans la sphère professionnelle et de les sensibiliser aux questions de genre qui se posent dans les domaines du tourisme et de la gastronomie.

L'expérimentation, adressée à des étudiants italophones en deuxième année de Licence en *Turismo, Territori e Imprese* de l'Université de Palerme, s'est déroulée au sein d'un cours de français pendant le second semestre de l'année 2023/2024.

Après avoir abordé les aspects psycholinguistiques liés à l'apprentissage du lexique ou lexique mental, nous nous attarderons sur la méthodologie utilisée et sur les phases de l'unité didactique, en montrant les résultats obtenus par l'expérimentation. Notre objectif est de montrer comment l'élaboration d'activités didactiques visant l'apprentissage de certaines unités terminologiques de la micro-langue du tourisme, de la gastronomie et du genre conjointement aux « notions métaterminologiques » (NMT) – à savoir « les notions de base qui favorisent la compréhension du fonctionnement des unités terminologiques constituant le lexique spécialisé » (Bonadonna 2023, 15) – ainsi que la découverte des MGM et l'aide des Technologies de l'information et de la communication (TIC) et du

matériel authentique (corpus numérique), permettent aux apprenants de développer la compétence terminologique, métaterminologique en même temps que la compétence de genre.

2. *Le lexique mental*

Selon les neurosciences, le cerveau est constitué d'un réseau de neurones, où les milliers de dendrites et d'axones que possède chaque neurone sont connectés à d'autres neurones. La psycholinguistique a mis en évidence le lien entre la représentation lexicale et le neurone, ainsi que les relations entre les unités lexicales et les réseaux neuronaux :

La représentation mentale d'une unité lexicale correspond à un neurone ; les liens entre ces différentes unités sont représentés par les connexions neurales ; la récupération d'une unité correspond à l'activation d'un neurone ; l'ensemble du lexique forme un réseau d'une complexité et d'une puissance considérable. (Boulton 1998, 33)

Défini par Cardona et De Iaco (2022, 11) comme un « espace mental », un « récipient » qui rassemble en son sein les significations et les concepts liés aux mots qu'un individu a appris et mémorisé tout au long de sa vie, le lexique mental est donc en résumé « l'ensemble des mots qu'un locuteur connaît et toutes les informations qu'il possède autour de ces mots » (Beccaria 2004, 446, notre traduction) ou la totalité des représentations mentales que le locuteur utilise pour encoder les éléments de la réalité, à travers l'établissement de connexions ou de réseaux neuronaux. Dans le lexique ou dictionnaire mental, les informations phonologiques, morphologiques, syntaxiques et sémantiques d'un mot et de ses usages sont intégrées, ce qui permet au locuteur de l'employer correctement dans une variété de contextes. Bien que le stockage ordonné des entrées lexicales dans l'esprit semble similaire à l'organisation sur laquelle reposent les outils lexicographiques, cette inexactitude a été largement démentie au fil du temps par certains chercheurs (Jezek 2011 ; Pedrazzini 2016; Cardona et De Iaco 2020),

partisans de « l'incongruité entre la structure du lexique dans le dictionnaire [classé par ordre alphabétique] et son organisation dans notre esprit » (Cardona et De Iaco 2020, 21-22, notre traduction). Jezek constate dans une telle perspective que « lexique et dictionnaire ne se correspondent pas, ils sont l'un (le lexique) le contenu de l'autre (le dictionnaire) » (2011, 12, notre traduction), investissant respectivement le champ de l'abstrait et du concret :

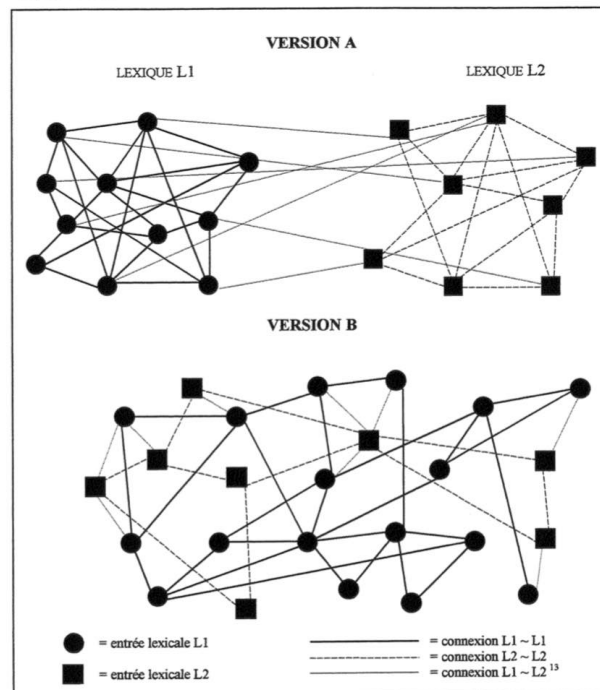
Dans le dictionnaire, l'organisation de l'information est principalement dictée par des raisons pratiques, de lisibilité, de convenance [...] Par exemple, alors que le dictionnaire monolingue suit couramment l'ordre alphabétique, afin de permettre la consultation, le lexique n'est pas organisé par ordre alphabétique mais plutôt [...] sur une base morphologique (c'est-à-dire dans des familles morphologiques de mots, par exemple fleur, petite fleur, fleuret, refleurir ou sensation, construction, fixation, etc.), sémantique (c'est-à-dire dans des champs ou réseaux sémantiques, par exemple acheter, acquérir, négocier, vendre, marchander, conclure, etc.), syntaxique (c'est-à-dire dans des classes et sous-classes de mots, par exemple les noms, les verbes, les adjectifs, et ainsi de suite). (Jezek 2011, 14, notre traduction)

Le système lexical est donc compris en termes de système organisé, basé sur des processus distincts mais conséquents : tout d'abord, un *input* verbal est reçu sous forme grapho-phonique, auquel est associé un sens qui renvoie à d'autres concepts apparentés situés dans la mémoire. Cependant, alors que la relation entre le mot et le sens est immédiate en L1, l'apprentissage de la L2 implique l'entrée de nouveaux lexèmes. Dans les deux cas, le lexème connu ou nouveau s'inscrit dans le même système conceptuel. Il s'ensuit que le sens correspondant à la nouvelle entrée lexicale sera médié par le sens du même lexème dans la L1. Ce processus se produit dans les premiers stades de l'apprentissage et tend à diminuer à mesure que la compétence lexicale s'améliore, ce qui permet à l'apprenant d'établir une association entre le nouveau mot et la nouvelle représentation conceptuelle qui n'est pas médiée par la L1. À l'appui de cette idée, les connexionnistes précisent que l'esprit est constitué de réseaux de connexions qui sont activés en raison d'une fonction cognitive ciblée à réaliser et que ces réseaux sont susceptibles de changer lorsqu'ils rencontrent des mots inconnus. Une fois que l'étudiant a reçu le nouvel *input*, il tentera de résoudre l'information en activant les réseaux de connexion ou les *patterns* qu'il possède, mais si ceux-ci s'avèrent inefficaces, il recourra à la reconfiguration

des *patterns* pour les adapter à l'apprentissage de l'information ou en créer de nouveaux. Il en résulte la capacité des réseaux neuronaux à se remodeler pour élaborer et mémoriser le stimulus entrant auquel l'apprenant a été exposé.

Le *Modèle interactif du lexique mental* (fig. 1) élaboré par Boulton (1998) démontre la coexistence des lexiques L1 et L2 dans l'esprit. Bien que les deux langues fonctionnent de manière autonome, elles peuvent établir des connexions interlinguistiques (pas de manière systématique, car certaines unités L1 ou « entrées lexicales » n'ont pas de lien avec des unités L2) et intralinguistiques : « des connexions existent non seulement à l'intérieur de chaque langue, mais également et de manière semblable entre les unités lexicales des deux langues ». Il souligne également que « les lexiques L1 et L2 doivent être à la fois unis et séparés » dans un « réseau intégré », car un apprenant ou un bilingue doit être capable de séparer les unités L1 et L2, sinon il parlerait un « mélange incompréhensible » (Boulton 1998, 115).

Fig. 1 - Réseaux L1-L2 Modèle interactif du lexique mental élaboré par Boulton (1998)



La coexistence des deux lexiques est donc organisée de telle sorte que chaque langue possède plusieurs « entrées », plutôt qu'un « système de stockage séparé »

(Boulton 1998, 116), grâce à l'existence d'un trait « [LANGUE X] » dans chaque entrée qui révèle la langue à laquelle elle appartient : « de cette manière, une recherche lexicale qui tient compte de ce trait permet une distinction des unités lexicales des deux langues ; une semi-désactivation de ce trait permettrait une interaction des unités des deux langues » (Boulton 1998, 120-121).

Dans les deux versions (a) et (b) du modèle de Boulton, les cercles représentent les entrées de la L1, tandis que les carrés représentent les entrées de la L2 ; les lignes ou les tirets désignent les connexions interlinguistiques et intralinguistiques : si dans la première version les unités lexicales des deux langues sont séparées, dans la seconde version elles sont unies, illustrant le transfert direct d'informations entre la L1 et la L2, ainsi que le dynamisme du lexique dans l'esprit de l'apprenant au fur et à mesure que sa compétence augmente.

La compétence lexicale d'un apprenant de L2 se quantifie en effet par la rapidité avec laquelle il est capable d'extraire du cerveau une unité lexicale incluse dans son lexique mental. Connaître et comprendre l'organisation du lexique mental, ou le mécanisme de stockage des mots dans la mémoire, est donc fondamental pour développer des activités didactiques qui accompagnent les processus cognitifs dans l'apprentissage.

Il faut souligner que le développement de la compétence lexicale est crucial pour les apprenants des langues de spécialité. Sclafani clarifie qu'elles « puisent, en grande partie, leurs éléments lexicaux, non seulement dans la langue générale où l'on opère souvent une resémantisation, mais aussi en utilisant des sources différentes telles que les langues classiques, ou en ayant recours à l'emprunt de mots étrangers de spécialité » (2023, 5).

Concernant le FOS en particulier, Binon et Verlinde, affirment également que « le vocabulaire joue un rôle-clé [...] nul ne le contestera » (2004, 271). Dans notre cas, l'enseignement/l'apprentissage de la terminologie touristique et gastronomique s'ajoute à celui de la terminologie du genre, montrant l'intersection entre ces domaines et la façon dont cette dernière peut être exploitée dans la didactique FOS dans une perspective de genre.

3. Méthodologie

L'expérimentation didactique s'est adressée à 35 étudiants italo-phones de français de niveau B1/B2 du Cadre européen commun de référence pour les langues (CECR), inscrits en deuxième année de Licence en *Turismo, Territori e Imprese* de l'Université de Palerme.

Les apprenants ont été répartis en 7 groupes mixtes (femmes, hommes, non binaires) : 6 groupes expérimentaux et 1 groupe de contrôle.

Pour les groupes expérimentaux, a été créée une unité didactique intitulée *Tourisme, Gastronomie et Genre : un dialogue*. La création de cette unité s'appuie sur une approche pluridisciplinaire qui croise la psycholinguistique, les études de genre, les objets du FOS et repose sur une démarche coopérative, « qui se prête efficacement à la valorisation du pluralisme culturel et linguistique » (Chiappelli et Gentile 2016, 8). D'une durée de 10 heures (quatre leçons), la séquence a été incluse dans un cours de 64 heures. En tenant compte du modèle de Balboni (2012), l'UD est divisée en plusieurs phases, *motivation, globalité, analyse, synthèse, réflexion, contrôle*, fusionnant les quatrième et cinquième phases.

Afin de permettre aux étudiants de développer des compétences communicatives, sociolinguistiques et pragmatiques, des documents authentiques ont été utilisés, ce qui a renforcé la motivation et l'autonomie des apprenants et favorisé leur exposition à une langue et à une culture authentiques, ainsi que les TIC, qui ont facilité l'interaction, la réalisation d'activités de groupe et leur partage avec l'enseignante et le groupe-classe.

Partant du principe que le lexique n'est pas « une collection, une liste, un répertoire de lexie », mais « une sorte de réseau social de lexies interconnectées » (Polguère 2016, 5) qui établit des relations paradigmatiques et syntagmatiques, nous nous sommes appuyés sur le cadre théorique de la Lexicologie Explicative et Combinatoire ou LEC (Mel'nik et al. 1995) et l'enseignement explicite et systématique du lexique spécialisé, visant à activer le lexique mental. Cependant, comme l'indique Bonadonna « le recensement des notions métalexicales effectué au sein de la LEC pour la langue générale à des fins didactiques ne se prête que

partiellement aux unités terminologiques employées dans les langues de spécialités » (2020, 13). La démarche que Bonadonna préconise, et qui a été appliquée dans cette expérimentation, est le recours aux NMT « de manière complémentaire aux notions métalexicales identifiées par la LEC » (Bonadonna 2023, 45). Les étudiants ont ainsi appris de manière graduée quelques unités terminologiques (domaines : tourisme, gastronomie, genre), ainsi que des notions métaterminologiques telles que *terminologie, terme, domaine, contexte, terme simple, terme complexe, néologie, banque de données terminologiques, définition terminographique, relations sémantiques, fréquence, hyperonymie, hyponymie, synonymie et antonymie*, ce qui leur a permis de réfléchir sur le fonctionnement du lexique.

L'UD vise à aider les apprenants dans le développement de compétences terminologiques, métaterminologiques et de genre. Les objectifs sont détaillés ci-dessous :

- connaître les relations syntagmatiques et paradigmatisques entre les termes ;
- connaître et savoir utiliser les unités terminologiques étudiées en contexte ;
- savoir reconnaître le sens métaphorique véhiculé par le langage (verbal et visuel) du tourisme et de la gastronomie, en mettant également en relation la L2 et la L1 ;
- maîtriser des corpus numériques, reconnaître et argumenter la relation entre les questions de genre traitées et le domaine du tourisme gastronomique ;
- développer la pensée critique ;
- accroître la capacité de travailler en groupe, d'écouter et de gérer les conflits ;
- développer capacité d'interagir et de se confronter en L2 dans le respect de l'autre.

Quant au sixième groupe d'apprenants (groupe de contrôle), après avoir suivi la première partie de la phase de motivation de l'UD, il a reçu une liste de termes issus des domaines susmentionnés, y compris des définitions, et s'est vu attribuer des exercices à trous, d'association, de thème et de version, d'appariement, d'ordonnement, de correction, des mots croisés ainsi qu'une compréhension et

une production orales, une compréhension et une production écrites, associant des questions de genre (inégalités, stéréotypes, métaphores) avec le tourisme gastronomique.

4. UD *Tourisme, gastronomie et genre : un dialogue* - description des phases

4.1 *Motivation (30 minutes)*

Présentation des objectifs et du contenu de l'UD. Introduction aux concepts de « tourisme gastronomique » et de « genre ». Afin de permettre aux apprenants de formuler des hypothèses sur les relations qui peuvent exister entre les deux concepts par le biais d'un brainstorming, l'enseignante projette sur le tableau un certain nombre d'associations texte-image diffusant des stéréotypes et des métaphores de genre.

L'accent est ensuite mis sur les NMT : *terminologie, terme et domaine*.

4.2 *Globalité (2h30)*

Dans un dossier créé sur Google Drive, un fichier Word a été partagé avec les étudiants, contenant un corpus d'articles de journaux et de blogs (documents authentiques) qui croisent les questions de genre avec le tourisme gastronomique. Après avoir téléchargé le fichier sur leur ordinateur ou leur tablette, les apprenants repèrent et soulignent les unités terminologiques contenant « tourisme », « gastronomique » et « genre », en prêtant attention au contexte dans lequel elles sont placées. Balboni affirme à cet égard que « le lexique n'est stocké dans la mémoire sémantique que lorsqu'il est considéré dans un texte et un contexte » (2008, 66, notre traduction). Cardona corrobore cette idée en affirmant que l'input hors contexte ajoute des difficultés au stockage et au traitement, car l'apprenant n'est pas en mesure d'activer les mécanismes « d'inférence et de prévisibilité, qui contribuent aux processus inductifs de découverte des mécanismes linguistiques, sociolinguistiques et pragmatolinguistiques » (2010, 154, notre traduction).

L'enseignante explique la NMT *contexte* et, en tant que superviseuse donne des instructions explicites sur la manière d'en déduire le sens des mots (Corda et Marelllo 2004). Cela permettra aux étudiants d'approfondir aussi les questions, traitées dans le corpus, qui lient le tourisme et la gastronomie au genre.

Elle s'attarde ensuite sur les NMT *terme simple, terme complexe et néologie*, en tirant des exemples du corpus.

Les unités trouvées par les groupes individuels (Tableau 1) sont lues à haute voix au groupe-classe et à l'enseignante, qui donne son feedback et demande pour chaque unité d'identifier ses propriétés morphosémantiques.

Tableau 1 Unités terminologiques repérées par les apprenants

Tourisme	Gastronomique	Genre
Tourisme gourmand	Patrimoine gastronomique	Genre masculin
Tourisme culinaire	Tourisme gastronomique	Genre féminin
Tourisme alimentaire	Voyage gastronomique	Genre assigné
Tourisme gastronomique	Circuits gastronomiques	Tourisme genre
Tourisme de gastronomie	Culture gastronomique	Espace genre
Tourisme du vin	Champ gastronomique	Groupe genre
Enotourisme	Expériences gastronomiques	Socialisation genre
Volontourisme	Univers gastronomique	Répartition genre
Géotourisme	Restaurant gastronomique	Égalité des genres
Tourisme culinaire	Guide gastronomique	Inégalité des genres
Tourisme viticole	Festivals gastronomiques	Identité de genre
Tourisme gourmet	Idiotismes gastronomiques	Discrimination de genre
	Blogueurs gastronomiques	Rapports de genre
		Stéréotypes de genre
		Dimension de genre
		Expression de genre

L'enseignante introduit les NMT *banque de données terminologiques* et *définition terminographique*, puis répartit les unités par groupe, en donnant aux apprenants la tâche d'une définition en L2 en consultant FranceTerme⁴, Termium Plus⁵ et le Grand Dictionnaire Terminologique (GDT)⁶. Pour les termes ne figurant pas dans les outils lexicographiques, les apprenants extrapolent le sens à partir du contexte et

⁴ FranceTerme <https://www.culture.fr/franceterme/terme/INFO539>.

⁵ Termium Plus <https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-eng.html?lang=eng>.

⁶ GDT - Grand Dictionnaire Terminologique <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/2199330/banque-de-terminologie>.

tentent de rédiger leur propre définition. Nous citons quelques définitions à titre d'exemple : le groupe 1 définit l'« univers gastronomique » comme « tout ce qui concerne la gastronomie, de la terminologie aux dégustations, en passant par les préparations et les activités » ; le groupe 4 définit la « socialisation genrée » comme une « socialisation différenciée entre les personnes en fonction de leur genre ».

Chaque groupe choisit un membre qui lit les définitions des unités précédemment assignées.

L'enseignante donne un feedback et exemplifie la définition par une paraphrase en L2 (elle ne recourt à sa traduction en L1 qu'en cas de stricte nécessité).

4.3 Analyse (3 heures)

L'enseignante se focalise sur les NMT *relations sémantiques* (champs lexicaux) et *fréquence*. Conformément à l'idée de Balboni selon laquelle « il est nécessaire de travailler sur les champs lexicaux, car on ne mémorise pas des mots isolés mais des ensembles de mots interconnectés à un “sens clé” » (2012, 208), les apprenants, toujours répartis en groupes, repèrent dans le corpus les unités appartenant aux champs lexicaux de la nourriture et du genre, en les classant par couleur en fonction de leur fréquence d'usage (fig. 2). Aucune difficulté n'a été rencontrée au cours de l'activité, qui s'est avérée correcte dans 90 % des cas.

Fig. 2 Champs lexicaux de la nourriture et du genre en cours - groupe 1⁷

⁷ Ne pouvant, pour des raisons d'espace, rapporter les exercices effectués par tous les groupes, nous nous limitons à montrer les activités réalisées ou en cours par un groupe spécifique.

Dans le champ lexical de la nourriture, les apprenants relèvent également les *migrations gastronomiques métaphoriques* dans les langues-cultures française et italienne, c'est-à-dire les unités dont le sens métaphorique migre dans les deux langues-cultures indépendamment de leur origine.

Les apprenants classent les unités trouvées dans une grille avec leur correspondant en italien, le sens métaphorique partagé entre les deux langues-cultures et le comportement associé, en précisant d'après eux s'il se lie au genre féminin, masculin ou neutre (utilisé comme synonyme de "sans genre") (fig. 3). Pour aider les apprenants dans la reconnaissance du sens métaphorique des unités, l'enseignante les encourage à utiliser les dictionnaires en ligne suivants : *Larousse*⁸, *Le Robert*⁹, *Trésor de la langue Française informatisé (TLFi)*¹⁰.

Fig. 3 Exercice sur les migrations gastronomiques associées aux comportements genrés réalisé par le groupe 5

Français	Italien	Sens métaphorique	Comportements	Genre
Crème	Crema	Personne gentille	Gentillesse	Neutre
Citrouille	Zuccone	Personne incapable	Passivité	Masculin
Lapin	Coniglio	Personne couarde	Lâcheté	Masculin
Miel	Miele	Personne douce	Douceur	Féminin
Dinde	Tacchino	Personne stupide	Stupidité	Masculin
Sucre Sucre d'orge	Zuccherino	Personne douce	Douceur	Féminin
Guimauve	Caramellina	Personne douce	Douceur	Féminin
Petit-pois	Pisellino	Personne tendre	Tendresse	Masculin
Beignet	Bignè	Personne sensuelle	Sensualité	Féminin
Petit-chocolat	Ciocolatino	Personne sensuelle	Sensualité	Neutre

Chaque groupe dépose le travail effectué sur Google Drive dans le dossier partagé afin qu'il soit visible par tous ; un débat s'ensuit sur le thème de l'exercice, également vécu par les étudiants comme un moment d'auto-évaluation.

L'enseignante projette ensuite la solution de l'exercice sur le tableau. Lors de la révision, un taux d'erreur de 12% a été relevé pour les groupes 1, 2, 4, 5, 6 et un taux d'erreur de 24% pour le groupe 3. Parmi les migrations gastronomiques

⁸ *Larousse* <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>.

⁹ *Le Robert Dico en ligne* <https://dictionnaire.lerobert.com/fr/>.

¹⁰ *TLFi - Trésor de la langue Française informatisé* <http://atilf.atilf.fr/>.

métaphoriques, les unités les plus difficiles à repérer ont été « guimauve » (4/6 groupes) et « citrouille » (3/6 groupes).

Dans la classification concernant le choix du genre associé au comportement, on remarque notamment que la « douceur » est associée dans 100% des cas au genre féminin tandis que la « lâcheté » est associée au genre masculin. On peut en déduire que les stéréotypes véhiculés dans la société influencent inconsciemment la pensée des apprenants. Le genre neutre est le moins choisi par tous les groupes ; le groupe 3 l'exclut carrément de la classification.

A partir de l'exemple de quelques unités trouvées par les apprenants, l'enseignante explicite ensuite les NMT concernant les relations paradigmatiques : *polysémie, synonymie, antonymie, hyperonymie et hyponymie*.

Les apprenants organisent les unités repérées précédemment dans un schéma en fonction de ces relations, ce qui s'est avéré correct dans 92% des cas.

4.4 Synthèse et réflexion (3 heures)

La phase de synthèse se concentre sur la relation entre *idiotisme gastronomique* et *iconicité* ; Peirce (1978) attribue à cette dernière un rôle central « dans le processus sémiotique en général et, plus particulièrement, dans son rapport à la connaissance » (Bordron 2017, 340). En effet, il est important de souligner que l'association texte-image facilite le processus d'apprentissage : selon Cardona, « lorsqu'un input est reçu à travers les deux codes [verbal et visuel], les meilleures conditions d'apprentissage et de mémorisation sont créées » (2010, 166, notre traduction).

Après avoir demandé aux apprenants la signification du terme « idiotisme gastronomique » (apparu lors de la phase 2), l'enseignante partage sur le lecteur un exercice d'appariement (*matching*) dans lequel les étudiants doivent relier des images à l'expression idiomatique correspondante et l'associer à un comportement féminin, masculin ou neutre.

Une fois l'exercice terminé, les apprenants le partagent dans le Drive; l'enseignante projette l'exercice réalisé par chaque groupe sur le tableau. Si tous les groupes associent correctement l'image à l'expression correspondante, l'association entre idiotisme et genre complique l'exercice, comme en témoignent les différences

dans les réponses. Cependant, ces différences sont minimales, ce qui révèle à quel point les stéréotypes de genre sont ancrés chez les apprenants, associant inconsciemment les comportements à l'idée construite de la féminité et de la masculinité.

L'enseignante reprend alors la distinction entre les termes « genre » et « sexe biologique ». Rappelant le caractère socialement “fabriqué” des comportements genrés, elle fait remarquer aux étudiants que leurs choix dans l'exercice ont été inconsciemment guidés par des stéréotypes liés et les attentes sociales sur le féminin et le masculin: 4 groupes sur 6 ont associé les expressions « avoir la frite » et « avoir une peau de pêche » au genre féminin, ce qui renvoie aux idées de beauté, de soin du corps et d'objet liées à la femme, de même pour « avoir des couteaux dans le dos », qui montre comment la trahison est assimilée à un comportement masculin et la femme au rôle de victime, et pour « tomber dans les pommes » qui renvoie à la fragilité féminine. « Raconter des salades » atteint presque une position égale : 3/6 groupes l'associent au masculin et 3/6 au féminin ». « C'est la crème des hommes » est au contraire unanimement attribué au genre masculin car les apprenants ne reconnaissent pas l'utilisation du mot « homme » comme un mot générique incluant les deux sexes au lieu de l'épicène « être humain ». Enfin, le comportement inopportun et la manipulation sont associés par 5/6 groupes au genre masculin avec les expressions « remuer le couteau dans la plaie », « courir sur le haricot de quelqu'un », et « retourner quelqu'un comme une crêpe ». À l'unanimité, l'expression « manger avec vos yeux » est également attribuée au genre masculin, ce qui indique sa propension au sexe.

Alors que l'enseignante donne un feedback à chaque groupe, un étudiant du groupe 1 vient à la résolution de l'exercice. Ses propos sont cités : « nous devons associer les unités aux deux genres, ou plutôt à aucun genre, car si nous disons qu'il n'y a pas de comportement naturel féminin et masculin et qu'il n'y a pas de prédispositions ou d'attitudes liées à notre genre, nous ne pouvons pas créer des associations qui différencient le masculin du féminin, chaque personne se comporte en fonction de ce qu'elle est et non pas en fonction de son genre ».

Ensuite, l'enseignante partage un exercice de traduction dans le Drive : les étudiants doivent traduire en L1 les expressions idiomatiques analysées auparavant, en classant uniquement les idiotismes qui présentent des MGM. Un taux d'erreur de 33% a été relevé. L'exercice (fig. 4) a été réalisé dans son intégralité par tous les groupes.

Fig. 4 Exercice de traduction et de migrations gastronomiques métaphoriques réalisé par le groupe 6

Idiotismes gastronomique français

1. Remuer le couteau dans la plaie
2. Une tempête dans un verre d'eau
3. En avoir l'eau à la bouche
4. Avoir une peau de pêche
5. Etre haut comme trois pommes
6. Manger avec vos yeux.

Idiotismes gastronomiques italiens

1. Rigidare il coltello nella piaga
2. Una tempesta in un bicchier d'acqua
3. Avere l'acquolina in bocca.
4. Avere una Pelle di pesca
5. Alto quanto un soldo di cacio.
6. Mangiare con gli occhi.

L'idée de migrations gastronomiques métaphoriques qui a émergé permet à l'enseignante de présenter la dernière activité. Elle projette des affiches publicitaires sur le tableau : les apprenants doivent identifier le type de tourisme auquel elles appartiennent (production orale), la métaphore iconique et la métaphore iconique de genre qui y sont présentes et si l'on peut parler de MGM. Les groupes décrivent chaque publicité oralement et dans l'ordre, tandis que l'enseignante note leurs réponses au tableau, ce qui stimule la prise de parole et la réflexion.

Il faut souligner que les publicités sont des documents authentiques offrant « de multiples possibilités d'exploitation pédagogique. Il est possible d'identifier, de décrire, de raconter, d'imaginer, d'argumenter. L'analyse peut porter sur le niveau iconographique ou sur le niveau textuel » (Blanco Calvo 2010, 9).

Il est également signalé que, souvent dans la publicité les images transférées dans un contexte inhabituel prennent une valeur figurée : c'est le langage iconographique qui révèle le processus métaphorique.

Nous présentons ci-dessous (Fig : 5, 6, 7) quelques résultats, en précisant entre parenthèses les types de tourisme, les métaphores, les commentaires faits en classe pour justifier les métaphores trouvées (exemplification) et la présence ou absence des migrations gastronomiques identifiés par les différents groupes.

Fig. 5 *Affiche publicitaire de la Fête des Vendanges*¹¹



Type de tourisme : tourisme œnogastronomique (tous les groupes)

Métaphore iconique : Saumur est une fête (tous les groupes)

Exemplification : Venez à Saumur parce qu'on s'y amuse pendant les vendanges.

Métaphore iconique de genre:

a) La femme est un vin

Exemplification : venez à Saumur pendant la fête des vendanges parce qu'on s'y amuse et il y a des femmes libres, faciles. La femme est associée à l'ivresse (groupes 1, 2, 3, 5, 6). Une étudiante du groupe 2 commente : « l'image véhicule des stéréotypes évidents qui montrent une femme frivole, parce qu'elle est liée au concept du vin et de l'ivresse, et une femme facile, comme on peut le voir par sa quasi nudité, l'ouverture des jambes et des bras et aussi par l'utilisation du mot "fête" ».

b) La femme est un objet (tous les groupes)

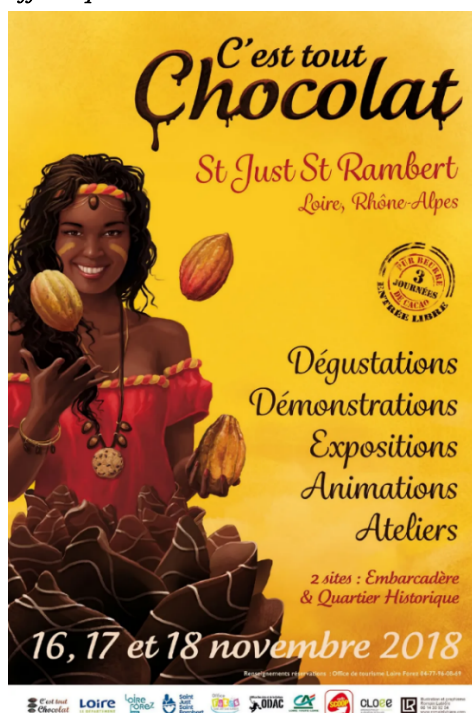
Exemplification : on peut observer l'objectivation du corps féminin (tous les groupes), une étudiante du groupe 1 précise : « Il y a une double objectivation

¹¹ Conçue par le service communication de la Ville de Saumur, <https://www.ville-saumur.fr/agenda/fete-des-vendanges-2021>.

du corps de la femme parce qu'elle est presque nue et qu'elle est donc à la fois un objet sexuel pour le regard masculin et un objet concret puisqu'elle incarne un tonneau de vin. De plus, le tonneau de vin cache à mon avis une autre référence à la sexualité car le tonneau semble reproduire les formes du corps féminin ».

MGM : présente (tous les groupes)

Fig. 6 Affiche publicitaire du Salon C'est Tout Chocolat¹²



Type de tourisme : Tourisme gastronomique (tous les groupes)

Métaphore iconique : Saint-Just-Saint-Rambert est un chocolat

Exemplification : venez à Saint-Just-Saint-Rambert où vous trouverez des expositions, des dégustations, des animations autour du chocolat (tous les groupes)

Métaphore iconique de genre :

- a) La femme noire est un chocolat (dégustations) (tous les groupes)
- b) La femme est un objet sexuel inanimé (expositions) (groupes 1, 4, 5, 6)

¹² Réalisée par Romain Lubièrre. <http://romainlubiere.com/affiche-cest-tout-chocolat/>.

c) La femme est un objet sexuel animé destiné à satisfaire le regard masculin et ses désirs (démonstrations, animations, ateliers) (groupes 1, 2, 3, 4)

Sous-catégorie : La femme est une machine à procréer (groupe 1)

Exemplification : Les feuilles de chocolat en bas forment une fleur qui, avec les fèves de cacao tenues par la femme, reproduisent l'image de la copulation (étudiante du groupe 1).

MGM : présente (tous les groupes)

Fig. 7 Affiche publicitaire pour la promotion de la viande de porc de Franche-Comté¹³



Type de tourisme : tourisme gastronomique

Métaphore iconique : En Franche-Comté, les cochons sont des enfants (tous les groupes)

Exemplification : En Franche-Comté, les cochons sont élevés comme des enfants par les montbéliardes, donc la viande de porc (100 % locale) est une viande de qualité (tous les groupes).

Métaphore iconique de genre :

- a) La femme/mère est une vache (tous les groupes)
- b) L'homme/l'enfant est un cochon (tous les groupes)

¹³ Réalisée par l'agence de communication Bigbang. La campagne publicitaire a été lancée par l'association de défense et de promotion de la viande de porc de Franche-Comté.

Exemplification : «La vache ou la mère traîne le landau, on voit donc comment la femme est comparée à une vache qui doit allaiter le bébé et le câliner, le *féminisant* presque, comme le montre le choix du landau rose, le bébé étant à son tour un cochon tourné vers la mère parce qu'il a besoin d'elle. Il s'agit donc d'une représentation du stéréotype de l'homme qui reste éternellement un enfant » (étudiante du groupe 4)

MGM : présente (tous les groupes)

En résumant les phases de l'UD, il est précisé que les apprenants ont : a) découvert les possibles liens entre le tourisme gastronomique et le genre ; b) appris des termes du tourisme, de la gastronomie et du genre et réfléchi aux NMT proposés ; c) identifié les migrations gastronomiques métaphoriques entre le français et l'italien ; d) compris l'utilisation de la métaphore iconique et de la métaphore iconique de genre dans les publicités pour le tourisme gastronomique, en identifiant les éléments sexistes qui objectivent le corps féminin et reproduisent les stéréotypes pour les deux genres.

4.5 Contrôle (1 heure)

Les feedbacks des apprenants sont recueillis. Le groupe-classe s'est déclaré à l'unanimité motivé et intéressé par l'UD.

Un test écrit de groupe (l'apprenant individuel prenant la responsabilité du groupe) sur la terminologie du tourisme, de la gastronomie et du genre (exercice à trous, donner une définition, trouver les métaphores et/ou les stéréotypes de genre dans les phrases le cas échéant) a été soumis aux groupes expérimentaux et au groupe de contrôle. Pour les premiers, un taux d'erreur de 14% a été constaté, pour le second de 58% avec de nombreux exercices inachevés.

5. Conclusion

L'étude a présenté des pistes didactiques appliquant une approche pluridisciplinaire croisant la psycholinguistique et les études de genre à l'enseignement/apprentissage du FOS en milieu universitaire. Dans cette perspective, l'UD *Tourisme, gastronomie et genre : un dialogue* a été conçue dans le but de développer les compétences terminologiques, métaterminologiques et de genre. Elle se concentre sur l'enseignement explicite et systématique du lexique du tourisme, de la gastronomie et du genre et sur la réflexion transculturelle ou les migrations conceptuelles de la L2 vers la L1 et vice versa qu'il implique au cours du processus d'apprentissage.

L'apprentissage coopératif a permis la participation active des apprenants, qui ont compris l'importance de la coopération pour atteindre ensemble un objectif commun, en comparant les points de vue et les idées.

Le choix de documents authentiques a accru la motivation et l'autonomie des étudiants tout en favorisant leur exposition à une langue et à une culture authentiques, ce qui leur a permis de développer des compétences communicatives, sociolinguistiques et pragmatiques. De même, l'utilisation des TIC a facilité les échanges entre les apprenants et avec l'enseignante, ainsi que la réalisation des activités et leur partage entre eux.

Les connaissances de l'enseignante sur l'organisation du lexique mental se sont avérées cruciales pour le développement d'activités qui accompagnent les processus cognitifs dans l'apprentissage. Elle a joué le rôle de superviseur et a guidé les étudiants vers les stimuli sur lesquels porter leur attention, appropriés à leur niveau de compétence, ainsi que dans le passage de l'*input* à l'*intake* et enfin à l'*output*.

En passant en revue les étapes de l'UD, nous avons observé une bonne performance et une plus grande participation du groupe-classe, ce qui permet d'affirmer que l'approche multidisciplinaire a permis d'atteindre les objectifs visés.

En particulier, pendant la phase de motivation, les apprenants ont participé activement au *brainstorming*, démontrant leur intérêt pour les sujets discutés et désireux de donner leur point de vue. Ils ont travaillé sur les NMT *terminologie, terme* et *domaine*.

Une autre occasion de confrontation est apparue lors de la phase de globalité, grâce à l'analyse du *contexte* (NMT préalablement expliquée par l'enseignante) dans lequel ils ont trouvé les unités terminologiques. L'enseignante s'est aussi attardée sur les NMT *terme simple, terme complexe* et *néologie*. Confrontés aux nouveaux outils technologiques, et sous la conduite de l'enseignante, les étudiants ont fait preuve de leur maîtrise du corpus numérique mis à leur disposition, ainsi que de leur capacité à utiliser correctement les banques de données proposées, après que les NMT *banque de données terminologiques* et *définition terminographique* ont été explicitées par l'enseignante. Toutes les définitions des termes trouvés dans le corpus ont été données. Il est précisé que dans de rares cas l'enseignante a dû recourir à la L1 pour expliquer un concept particulier.

La phase d'analyse a porté sur les NMT *relations sémantiques* (champs lexicaux) et *fréquence* ainsi que sur le concept de migrations métaphoriques gastronomiques. Aucune difficulté n'a été rencontrée au cours des activités. Il est à noter que l'exercice sur les migrations gastronomiques associées aux comportements genrés a fortement suscité la curiosité des étudiants, qui s'est nourrie d'un riche débat.

Lors de la révision, un taux d'erreur de 12% est apparu pour les groupes 1, 2, 4, 5, 6 et un taux d'erreur de 24% pour le groupe 3. Les unités les plus difficiles à identifier ont été « guimauve » (4/6 groupes) et « citrouille » (3/6 groupes). Les NMT *polysémie, synonymie, antonymie, hyperonymie* et *hyponymie* ont été appris par les étudiants, l'activité concernant ces relations s'avérant correcte dans 95% des cas.

La phase de synthèse, dans laquelle s'insère également la phase de réflexion, s'est basée sur la relation entre idiotisme gastronomique et iconicité. Lors de la révision des activités portant notamment sur les expressions idiomatiques, peu de différences ont été constatées dans les réponses des apprenants concernant l'exercice d'appariement entre idiotisme et comportement genré. Ce résultat montre à quel point les stéréotypes et les attentes sociales en matière de genre sont ancrés dans leur esprit, d'où l'importance d'une didactique qui intègre ces questions : seule une étudiante parvient à la solution de l'exercice, à savoir l'impossibilité d'associer un comportement à un genre établi.

Aucune difficulté n'a été rencontrée dans les dernières activités sur les migrations gastronomiques métaphoriques ; le recours aux publicités a également renforcé l'interaction entre les apprenants, qui ont pu constater une fois de plus les liens qui peuvent exister entre le tourisme gastronomique et les questions de genre.

Enfin, la phase de contrôle a révélé une plus grande acquisition du lexique spécialisé par les étudiants impliqués dans l'expérimentation que par le groupe de contrôle, avec un écart de 75 %.

L'apprentissage pluridisciplinaire s'est donc avéré efficace, il a permis aux apprenants non seulement d'accroître leurs compétences en vue d'interagir dans le futur monde du travail, mais aussi d'être sensibilisés aux questions de genre dans le contexte spécifique du tourisme et de la gastronomie.

Bibliographie

Balboni, Paolo E. (2008), *Imparare una lingua straniera*, in Flora De Giovanni e Bruna Di Sabato (a cura di), *Imparare ad imparare, imparare ad insegnare*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane, pp. 63-90.

Balboni, Paolo E. (2012), *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse* [2002], Torino, UTET.

Binon, Jean, Verlinde, Serge (2004), *L'enseignement/apprentissage du vocabulaire et la lexicographie pédagogique du français sur objectifs spécifiques (FOS) : le domaine du français des affaires*, « Éla. Études de linguistique appliquée », vol. 135, n. 3, pp. 271-283. DOI : <https://doi.org/10.3917/ela.135.0271>.

Blanco Calvo, María del Pilar (2010), *Le texte publicitaire : document authentique dans l'enseignement du français appliqué au tourisme*, in Christine Bini (coord.), *La culture de l'autre : L'enseignement des langues à l'Université*, Lyon, « La Clé des Langues » : <http://cle.enslyon.fr/espagnol/langue/didactique/fle/le-texte-publicitairedocument-authentique-dans-l-enseignement-du-francais-applique-autourisme>

Bonadonna, Maria Francesca (2023), *Didactique du lexique et corpus numériques pour le Français L2 : Des applications pour le commerce et le marketing digital*, Bruxelles, Peter Lang.

Bonadonna, Maria Francesca (2024), *La conception de mini-corpus par les apprenants pour la maîtrise de la métaterminologie en langue étrangère*, in Isabelle Cros, Alice-Hélène Burrows, Natalie Kübler, Grégory Miras, Jean-Paul Narcy-Combes, et al. *Enseigner les langues en hybride à l'université*. « Humanités, Didactiques, Recherches », n. 4, pp. 137-156. <https://hal.science/hal-04633289/file/hdr-nume-769-ro-4-format-pdf.pdf>.

Bordron, Jean-François (2017), *Perception et iconicité, diagramme et monade*, in Denis Bertrand, Jean-François Bordron, Ivan Darrault, Jacques Fontanille, *Greimas aujourd'hui : l'avenir de la structure. Actes du congrès de l'Association Française de Sémiotique Centenaire de la naissance d'Algirdas Julien Greimas (1917-1992)*, pp. 340-349.

Boulton, Alex (1998), *Le Lexique Mental L2 : Connexions et Associations*, Humanities and Social Sciences, Université Nancy II.

Cardona, Mario (2010), *Il ruolo della memoria dell'apprendimento delle lingue: una prospettiva glottodidattica*, Torino, UTET.

Cardona Mario, De Iaco Moira (2020), *Parole nella mente, parole per parlare. Il lessico nell'apprendimento delle lingue*, Roma, Aracne editrice.

Cardona, Mario, De Iaco Moira (2022), *Il lessico mentale. Note tra psicolinguistica e linguistica educativa*, in Marin Telis (a cura di). *Insegnare il Lessico*, Edilingua, Roma.

Carras, Catherine, Abry-Deffayet, Dominique (2007), *Le français sur objectifs spécifiques et la classe de langue, Techniques et pratiques de classe*, Paris, CLE International.

Carras, Catherine, Kohler, Patricia, Szilagyi, Elisabeth, Tolas, Jacqueline (2016), *Le FOS et la classe de langue FLE - Techniques et pratiques de classe*, Paris, CLE international.

Chessa, Francesca (2009), *Dictionnaire de spécialité en communication interculturelle : une analyse terminologique de la langue du tourisme*, in Francesca Chessa, Giovanni Dotoli (éds.), *Les dictionnaires de spécialité. Une ouverture sur le monde, Actes des Troisièmes Journées Italiennes des Dictionnaires*, Fasano, Schena Editore, 177-185.

Conseil de l'Europe (2001), *Cadre européen commun de référence pour les langues*, Paris, Didier.

Corda, Alessandra, Marelli Carla (2004), *Lessico. Insegnarlo e impararlo*, Perugia, Guerra edizioni.

Cuq, Jean-Pierre (2003) (éd.), *Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde*, Paris, asdifle, Clé International.

Frassi, Paolo (2018), *L'enseignement/apprentissage de la collocation entre contraintes grammaticales et contenu sémantique*. « Éla. Études de Linguistique Appliquée », vol. 189, n.1, pp. 63-84. DOI : <https://doi.org/10.3917/ela.189.0063>.

Frassi, Paolo (2020), *La force des locutions faibles en domaine de spécialité*, in Maria Teresa, Manuel Zanola, Célio Conceição (éds.), *Terminologia e mediação, linguística, métodos, práticas e atividades*, Faro, Ualg, pp. 41-58.

Galisson, Robert (1994), *D'hier à demain, l'interculturel à l'école*, « Études de Linguistique Appliquée. Revue de Didactologie des langues-cultures », vol. 94, pp. 15-26.

Galisson, Robert (1999), *La pragmatique lexicoculturelle pour accéder autrement, à une autre culture, par un autre lexique*, « Études de linguistique appliquée. Revue de didactologie des langues-cultures » vol. 116, pp. 477-496.

Gentile, Maurizio, Chiappelli, Tiziana (2016), *Intercultura e Inclusione il Cooperative Learning nella classe plurilingue*, Milano, FrancoAngeli.

Grossmann, Francis (2011), *Didactique du lexique : état des lieux et nouvelles orientations*, « Pratiques », 163-183. DOI : <https://doi.org/10.4000/pratiques.1732>.

Holtzer, Gisèle (2004), *Du français fonctionnel au français sur objectifs spécifiques. Histoire des notions et des pratiques*, « Le français dans le monde. Recherches et applications : de la langue aux métiers », vol. 35, pp. 8-24.

Jezeq, Elisabetta (2011), *Lessico. Classi di parole, strutture, combinazioni*, Bologna, il Mulino.

Leopizzi, Marcella (2008), *Le langage touristique : style et lexique*, in Giovanni Dotoli (éd.), *La langue de l'entreprise et du tourisme*, Fasano / Paris, Schena Editore, Alain Baudry et Cie, pp. 35-46.

Mangiante, Jean-Marc, Parpette, Chantal (2004), *Le Français sur Objectif Spécifique : de l'analyse des besoins à l'élaboration d'un cours*, Paris, Hachette FLE.

Mangiante, Jean-Marc (2015), *Démarche interculturelle en FOS en contexte entrepreneurial : l'apport de l'immersion en entreprise et des référentiels de compétences en milieu professionnel*, « Cuadernos de Filología Francesa », vol. 26, pp. 65-82 URL : <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/17986>.

Meł'cuk, Igor A., Clas, André, Polguère, Alain (1995), *Introduction à la lexicologie explicative et combinatoire*, Louvain-la-Neuve, Éditions Duculot/AUPELF-UREF.

Negro Alousque Isabel (2010), *Le lexique de la cuisine française*, « Thélème. Revista Complutense de Estudios Franceses », vol. 25, pp. 197-209. <https://revistas.ucm.es/index.php/THEL/article/view/THEL1010110197A/33003>.

Pedrazzini Luciana (2016), *Il lessico dell'inglese: strumenti per l'apprendimento*, Roma, Carocci.

Peirce, Charles Sanders (1978), *Écrits sur le signe*, rassemblés, traduits et commentés par Gérard Deledalle, Paris, Seuil.

Polguère, Alain (2016), *La question de la géométrie du lexique*, SHS Web of Conferences, Actes du 5e Congrès Mondial de Linguistique Française (CMLF 2016), 27, pp.01002, <https://hal.science/hal-01344814/document>.

Richer, Jean-Jacques (2008), *Le français sur objectifs spécifiques (FOS) : une didactique spécialisée ?* « Synergies Chine », vol. 3, pp. 15-30, <https://gerflint.fr/Base/Chine3/richer.pdf>.

Sardier, Anne (2021), *Construire la compétence lexicale avec les mots-amis*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal.

Sclafani, Marie-Denise (2023), *L'exemple dans les dictionnaires phraséologiques de commerce bilingues italien-français*, « Documents pour l'histoire du français langue étrangère ou seconde », vol. 69, DOI : <https://doi.org/10.4000/dhfiles.9946>.

Tremblay, Ophélie, Polguère, Alain (2014), *Une ontologie linguistique au service de la didactique du lexique*, in 4^o Congrès Mondial de Linguistique Française, Berlin, EDP Sciences, pp. 1173-1188.

Tremblay Ophélie, Ancil, Dominic (2020), *Introduction. Recherches actuelles en didactique du lexique : avancées, réflexions, méthodes*, « Lidil », vol. 62. DOI : <https://doi.org/10.4000/lidil.8>.

Notice bio-bibliographique

Sara Manuela Cacioppo est doctorante en Sciences Humaines à l'Université de Palerme, en cotutelle avec Aix-Marseille Université, et traductrice littéraire. Domaines de recherche : didactique de la langue française, traductologie, lexicologie, études de genre. Elle a participé à de nombreuses conférences internationales et publié des articles dans des revues et des volumes. Parmi ses dernières traductions *La bocca delle carpe* d'Amélie Nothomb et Michel Robert (Volland, 2019) et *Amour et violence. Harcèlement dans la civilisation* de Lea Melandri (L'Harmattan, sous presse).

saramanuela.cacioppo@unipa.it

Comment citer cet article?

Cacioppo, Sara Manuela (2024), *Integrer le genre dans l'enseignement/apprentissage du lexique du tourisme et de la gastronomie*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 215-243.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License. Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

NARRATIVE MEDICINE AND THE NEW SCENARIOS OF LANGUAGE LEARNING AND TEACHING.
LINGUISTIC AUTOBIOGRAPHIES, TRANSLINGUALISMS AND MIGRATION TRAUMAS

Andreina Sgaglione

The new scenarios of globalization raise new questions related to the massive movements of millions of people across the planet. Such movements, whether forced or spontaneous, place individuals in a constant state of translation, while intercultural communication becomes increasingly important. In these circumstances, teaching in multilingual educational contexts is facing an epochal challenge. Translingualism, through its variations, translanguaging, translingual writing, and the translingual imaginary, offers a new perspective for rethinking current language policies. The consideration of the traumatic experience connected to the dimension of translingualism also helps to highlight the difficulties that can hinder language learning. Preferred working tools, which are reflected upon, include narrative medicine techniques in relation to teaching for translingual learners; linguistic autobiography, understood as a method for narrating one's internal world and as a means for creating a connection between language and emotions; and translingual autobiographies as models that deconstruct monolingual educational paradigms moving towards a decolonization of study methods. The contribution specifically proposes, through perspectives that integrate and intertwine, a reflection on the possible convergences between the field of narrative medicine and that of educational linguistics, with the hope of building more effective and inclusive learning environments.

Keywords

Narrative medicine; Translingualism; Linguistic Autobiographies; Translingual Writings; Migration Trauma.

LA MEDICINA NARRATIVA E I NUOVI SCENARI DI APPRENDIMENTO E INSEGNAMENTO DELLE
LINGUE. AUTOBIOGRAFIE LINGUISTICHE, TRANSLINGUI E TRAUMI DELLE MIGRAZIONI

I nuovi scenari della globalizzazione pongono nuove domande legate agli enormi spostamenti sul pianeta di milioni di persone. Tali movimenti, siano essi forzati o spontanei, pongono gli individui in un costante stato di traduzione, mentre la comunicazione interculturale acquista un'importanza crescente. In queste circostanze, la didattica nei contesti educativi plurilingui è di fronte a una sfida epocale. Il translinguismo attraverso le sue declinazioni, ovvero il translanguaging, le scritture translingui e l'immaginario translingue, offre una nuova prospettiva per ripensare le politiche linguistiche oggi in atto. La considerazione dell'esperienza traumatica connessa alla dimensione del translinguismo, inoltre, aiuta a evidenziare i disagi che possono ostacolare l'apprendimento linguistico. Strumenti privilegiati di lavoro su cui si riflette sono le tecniche di medicina narrativa messe in relazione con la didattica per apprendenti translingui; l'autobiografia linguistica intesa come metodo di racconto del proprio mondo interno e come mezzo per la creazione di un legame tra linguaggio e affettività; le autobiografie translingui come modelli che decostruiscono i paradigmi monolingui educativi nella direzione di una decolonizzazione dei metodi di studio. Il contributo propone, in particolare, attraverso prospettive che si integrano e si intrecciano, una riflessione sulle possibili convergenze fra il campo della medicina narrativa e quello della linguistica educativa, auspicando la costruzione di contesti di studio più efficaci e inclusivi.

Parole chiave

Medicina Narrativa; Translinguismo; Autobiografie Linguistiche; Scritture Translingui; Trauma Migratorio.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21132>

NARRATIVE MEDICINE AND THE NEW SCENARIOS OF LANGUAGE
LEARNING AND TEACHING. LINGUISTIC AUTOBIOGRAPHIES,
TRANSLINGUALISMS AND MIGRATION TRAUMAS

Andreina Scaglione

Migration, globalization and linguistic challenges

Italy's geographical position as a border and gateway, balanced between limit and starting point, has always made our country a crossroads of languages and cultures. The Mediterranean bears witness to routes that have intersected and given rise to hybrid languages that cause tensions between different instances: on the one hand, local rooting and on the other, the cultivation of a global self that is unanchored. The Mare Nostrum tells stories of journeys of various kinds, from mythological voyages to commercial, touristic, and religious trips: rich narratives that cross time and resound with echoes of the distant words of those who arrived on and departed from our shores. These great waves of mobility that bring people from different origins into our social and educational contexts remind us that emigration is an essential part of our historical memory and of our individual and collective unconscious.

Ci sarà un motivo, dopotutto, se in fondo alle nostre gambe abbiamo i piedi: non radici per ancorarci al terreno [...] Siamo nomadi: e dal momento in cui l'evoluzione ci ha fatti scendere dagli alberi [...] abbiamo dovuto camminare, anzi correre [...] Camminiamo da milioni di anni, e per lunghe distanze [...] Si spostano persino le piante, che credevamo ingenuamente "radicate", mentre non hanno avuto bisogno di radici, nemmeno loro per milioni di anni (il loro interscambio, anche di sostanze nutritive, comincia con l'aria non con la terra); e si muovono autonomamente, non solo quando trasportate dagli umani, trovando vie originali [...] attraverso forme di migrazione intergenerazionale (i semi portati via dal vento o da animali), [...] adottando anche complesse strategie di meticciamento e di trasformazione. Migrano addirittura, seppure in modo lentissimo, le cose apparentemente più solide e immobili di tutte, i continenti, attraverso le loro derive senza ritorno. (Allievi 2021, 27-30)

It is worth mentioning a remote example of an exiled medieval poet, Ibn Hamdîs, who was forced by Norman conquerors to leave his native Sicily in 1078, not knowing if he would ever return. In his verses, collected in a songbook composed of three hundred and sixty poems²¹⁶, he always speaks of the deep bond and strong sense of belonging to his island, but also of the lost time and the torment for a beloved place now prey to hostile invaders (Kumar 2022, 79). Through these distant suggestions, his voice amplifies and manages to evoke themes of pressing relevance such as nostalgia, exodus, fracture, pain, the metaphor of memory and the difficulty of searching that mark current trajectories. These movements are transformed into a cartography of sound and remain in the bodies of languages, shaping identities and relationships and raising pillars that have generated models of vital interconnections on which it is urgent to reflect in an appropriate and proactive manner, especially in the current context. Between 2000 and today there has been a massive increase in the number of forced migrants globally, from 20 million to almost 110 million. This staggering development is linked to conditions of persecution, conflict, violation of human rights and it represents a serious disruption of public order that negatively impacts a large portion of humanity (Ricci 2023, 43). The conditions experienced on journeys undertaken towards a new hope and life are often marked by daily violence against women, minors and men on the move at the internal and external borders of the EU. In December 2022 the new Black Book of Pushbacks was published, a volume commissioned by the Left Group in the European Parliament that collects thousands of testimonies on the subject. The path to finding sources of resolution and strategies for overcoming conflict is complex: it is difficult to analyze at the same time the individual level of single journeys and of existential stories and the collective level that involves population

²¹⁶ Islamist Francesca Maria Corrao made an important contribution to the dissemination of Hamdis's work, thanks to the publication of an anthology, *Poeti arabi di Sicilia*, in which she translated the most significant verses of the greatest exponents of the Arab-Sicilian poetic school in the style and voice of some of the greatest contemporary Italian poets.

movements and interactions between different communities (De Micco 2002, 7). Integrating different points of view can contribute to creating a broader picture:

Se provassimo a leggere le migrazioni internazionali come se fossero migrazioni interne, per esempio, capiremmo cose che altrimenti ci sfuggono. Di fronte all'arrivo di popolazioni straniere, una risposta istintuale frequente è quella del rifiuto, della paura, e dunque ricorriamo a un set di soluzioni standard apparentemente facili: le barriere, i muri – che oltre alla loro fisica materialità, hanno la forma di norme legislative, e l'espressione convincente delle guardie di frontiera, armi alla mano. Se le stesse identiche persone venissero da una regione vicina (o anche lontana) dello stesso Paese, non potremmo ricorrere agli stessi mezzi: per legge, proprio. [...] E potremmo misurare gli effetti positivi e negativi nel luogo di partenza e in quello di arrivo; e chiedere ai diretti interessati se sono soddisfatti di essersi spostati (nella maggior parte dei casi, la risposta è sì). Le migrazioni interne [...] proprio perché non implicano il varcare un confine, e soprattutto perché non possono essere bloccate (e quindi non possiamo ricorrere come prima risposta all'idea del muro, del respingimento, del rimpatrio, poiché siamo insomma costretti ad accettarle e a subirne le conseguenze), sono ricche di insegnamenti anche per comprendere le migrazioni internazionali, e ci mostrano alcune ragioni profonde di convenienza. (Allievi 2023, 34)

To this must be added the ability to provide concrete answers to the problems of populations in transit and a correct understanding of their needs. The challenges of language learning are in the foreground: ensuring quality, equitable and inclusive education, as stated in Goal 4 of the UN Agenda 2030, is a fundamental need that must be answered and that has been unanimously confirmed:

Limiting the performance gap between migrant and non-migrant pupils is important. A systematic gap shows the education system is hindering equal opportunities and wasting talent in particular segments of society. Furthermore, this will also trigger issues of social cohesion. One should nevertheless not limit the evaluation of an education system solely to the presence or absence of a performance gap between migrants and non-migrants. A highly socially divided and immobile class-based society with little to no particular attention for inclusion of migrants in the education system, where disfavoured migrants and disfavoured natives alike score poorly, would of course, not be an aspirational model. Furthermore, policy steps to be taken are not always self-evident [...] such reforms are complicated as

improving the position of the underprivileged can be accompanied by a loss of privilege of other groups. (Jacobs and Devleeshouwer 2022, 247)

In order not to enter into dynamics of gain and loss with respect to rights that should be guaranteed to all, it is necessary to frame the needs of the publics present in Italian educational contexts, especially migrants. Language presides over a series of mechanisms that are grafted onto the lives of those who are on the move; despite the probable opportunities to suppress the issue, it represents a central point linked to well-being understood in the broadest possible sense.

Ci si può confrontare per prendere una posizione circa la propria identità, per capire chi si è e chi si può essere in questo mondo globale, dove tutto si può raggiungere in un attimo e dove tutte le lingue possono essere avvicinate (nelle metropoli, in Internet, nei viaggi, nei mass media. [...] in un mondo che di nuovo e in maniera intensa e drammatica si riconfronta con gli spostamenti epocali delle popolazioni, dei migranti. Lingue migranti, insieme ai loro parlanti; idiomi che si incontrano, spesso per la prima volta in quantità tanto massiccia nella loro storia; lingue immigrate, insieme ai loro locutori, che le usano nei loro nuovi contesti di vita, che le intendono mantenere vive, e che le vedono sfiorire sulle bocche dei loro figli, e che sono delusi per tale esito e insieme felici di vedere i loro giovani parlare bene le lingue dei nuovi contesti entro i quali hanno costruito la speranza di una vita migliore. Tali processi si collocano entro un mondo che, posto di fronte alla dimensione dei nuovi movimenti migratori, sembra non avere memoria dei precedenti sommovimenti, spostamenti di genti: e tale perdita di memoria caratterizza sia coloro che emigrano, sia gli Stati e le società dove arrivano; si tratta di un mondo che ha perso, o rischia di perdere la memoria delle migrazioni di ieri, illudendosi di avere risolto per sempre, in un quadro di integrazione che in realtà vuole essere assimilazione, le questioni poste dall'immigrazione di ieri, e così non capendo che i conti con questo fenomeno rimangono sempre aperti, sempre da fare, e che la dimenticanza non giova per affrontare le caratteristiche dei nuovi esodi. (Vedovelli 2011, 131-32)

Although Tullio De Mauro had already indicated in the 1970s the importance of multilingualism and the consequent recognition and appreciation of idiomatic diversity, highlighting the complexity of the issue (De Mauro 1975), in Italian educational contexts a certain kind of monolingualism, which is no longer reflected

in reality, has been widely maintained over the years. This approach refers to normative, prestigious models connected to a certain type of language market which, in the Italian context, is substantially limited to English for foreign languages and to standard Italian (Bagna and Casini 2012, 235). In more recent years, also thanks to the sensitivity developed in the process of drafting European reference documents on the topic²¹⁷, the focus has shifted to valuing plurilingualism, which is no longer considered a potential obstacle, as an individual and group resource both cognitively and culturally (see Bialystock 2001, Cummins 2005, 2007, Contento 2010, Coppola and Moretti 2018). Rethinking linguistic education from the perspective of plurilingual education means reflecting critically and constructively on the linguistic policies to be implemented, both to redefine pedagogical models and teaching strategies and to equip ourselves with adequate tools capable of welcoming and valuing different cultural and linguistic heritages within a broader and more strategic vision of all the educational contexts of the future.

Fra Babele e la Pentecoste, fra la paura babelica delle lingue degli altri e la grazia delle lingue come un dono che gli umani hanno a disposizione, occorre scegliere questa seconda opzione. E i bambini, i giovani sono coloro che possono appoggiarsi su una ricchezza plurilinguistica che tale è finché gli adulti, la scuola, le ideologie razziste non vengono a sporcarla, a depauperarla. (Vedovelli 2015, 102)

Some crucial issues are the question of teacher training, the in-depth analysis of the precarious state in which learners find themselves, the activation of the correct phases of reception, not only for the students who fill Italian schools, but

²¹⁷ In addition to the *CEFR Companion Volume* (2020), an important direction, in this regard, came from the 2018 Recommendation of the Council of the European Union concerning key competences for lifelong learning. The recommendation emphasizes the importance of multilingual competence, which includes historical and intercultural skills. In 2022 the importance of multilingual and intercultural education was reinforced with an additional document entitled *The Importance of Plurilingual and Intercultural Education for Democratic Culture*.

also for the groups of adult immigrants who have chosen to invest part of their migratory project in education. In their case, this objective is aimed above all at achieving linguistic competence, understood as an essential prerequisite for the success of the migratory experience and as a means of redemption and social promotion (Troncarelli and La Grassa 2018, 1). As a pre-requisite, the implementation of any action in the educational field must begin with a careful examination of the group profile and needs of those who arrive from other countries, with particular attention given to the numerous critical issues that must be addressed.

Translingualism in Italian L2/LS teaching contexts: new frontiers of inclusion

In order to understand in depth the condition of the learners who come to our educational contexts and to promote an approach to teaching and learning that takes into account their holistic needs, we must refer to the broader dimension of translingualism,

una pratica di transito e adozione tra i linguaggi, culture e spazi [...]. Una forma importante di plurilinguismo multiculturale [...]: un punto di vista sul mondo generato dalla coesistenza e dalla tensione tra le lingue. (de Rogatis 2023, 41-42)

Translingualism in its diverse forms, namely translanguaging, translingual writings and the translingual imagination, can offer a new way to understand in a more analytical way the position of those who are in transit between languages. This dimension can contain traumatic nuclei, inasmuch as it is a condition associated with the crossing of physical and interior worlds and connected to situations of deprivation and expropriation closely interrelated with migratory events. The experience of exile, of diaspora, of abandoning one's own land is destabilizing, traumatic and often accompanied by feelings of suffering and psychic fragmentation. It is difficult to shed light on the real conditions experienced by subjects who migrate, especially with respect to internal wounds that are hard to

heal (Moll 2022, 60): the general tendency is to have in mind a deficit model that emphasizes above all the problems and shortcomings of learners (Cefai 2008; Nilsson and Bunar 2016). The answers or rather the non-answers in the educational field more or less implicitly suggest an indistinct promotion of strategies that activate the resilience of individuals. For a long time, resilience has been interpreted as a strictly individual capacity useful for combating stress and promoting determination, perseverance, grit and resistance. The concept referred to a presumed invulnerability that the subject should have acquired with respect to the challenges of life. Although resilience varies according to the physiological and psychological characteristics of individuals and the social processes of which they are a part, recent studies emphasize that it must be framed as an interaction between the person and their environment (Ungar 2012, Master 2014). People who have unwillingly experienced severe trauma and who have had to face wars, violence, and terrible injustices cannot simply be asked to develop forms of adaptation to new situations while we ignore the structural factors that caused the terrible experiences they have lived.

Resilience suggests that an individual can negotiate survival and success in spite of adversity, and in the aftermath of adversity. Of course, some aspects of resilience depend on you, and other aspects depend on your environment. In some situations, resilience may be easy; in others, more difficult. Even more simply, resilience is the ability to successfully adapt in the face of adversity. It does not mean immunity to stress and trauma. It does not mean that stress and trauma will not affect you or leave negative impacts. It means that you have solid defenses to confront it and stand your ground, as best as you can, in the face of what may come. In other words, resilience describes your ability to adapt to adverse circumstances in order to maintain your access and ability to navigate survival resources. (Niconchuk 2020, 258)

From this perspective, resilience is useful for developing a reasonable degree of control over the body's responses to traumatic stresses that come from without. It also helps manage how one relates to others in the environment in which one lives and still maintains a capacity for action in contexts of prolonged uncertainty.

An ecological perspective is emerging in which resilience is understood as a condition of well-being strongly intertwined with a context that provides the support, resources and services necessary to progress in a positive way. This capacity can be greatly enhanced with educational interventions that promote a safe, fair and stimulating learning context in which strong social connections are established (Cefai 2021, 222). The goal is not to expose learners to trauma, but to include trauma-informed practices in teacher training, to create sustainable learning contexts for both students and teachers (Castro Shepers *et al.* 2022). Schools are ideal places to establish the bases on which to build resilience: among the favorable factors is that teachers can establish clear shared objectives based on an agenda that includes solid and reassuring habits, promoting hope and self-esteem in learners (Niconchuk 2020, 258-259). To this end, teachers should have the right tools to decode the complex kaleidoscope linked to the dimension of translanguaging which, concomitantly, can also be a prerequisite for creativity and rebirth, as it produces an intermediate zone, generated by contact and hybridization, that the postcolonial essayist Homi Bhabha calls the «Third Space» (Bhabha 1994, 37). This can represent both a physical and symbolic place; it can be embodied in an individual, but it can also be a point of view from which to look at language and life. It can include divergences, but at the same time transcend them in an attempt to hold together differences with the construction of a shared belonging (de Rogatis 2023, 72). The «Third Space» constitutes, in short, an alternative between the poles of assimilation and isolation of diversities and inequalities in migrant communities (ivi, 67-69). In order to interpret from a didactic point of view the interconnected areas, «often translating into each other» (ivi, 4), in which the dimension of translanguaging is articulated, it is appropriate to propose some brief reflections that can have useful implications for teaching. The first concerns a well-known and widely diffused theme in the field of applied linguistics studies: *translanguaging*, understood both as a post-constructivist and post-colonial theory/practice of language (Wei 2018) and as a pedagogical approach (García *et al.* 2017). The term *translanguaging* refers to the dynamic use of all the linguistic resources of a bi/plurilingual speaker/learner. There

are numerous experiences in the Italian (Scibetta and Carbonara 2019, Carbonara *et al.* 2020) and international contexts that have brought to the forefront forms of plurilingual teaching through the creation of the so-called *translanguaging classrooms*, or spaces in which students can use all their linguistic repertoires and not only the language or languages officially used for teaching purposes. This approach recognizes and values the idioms and dialects of learners in everyday teaching, by attempting to de-hierarchize languages at school via strategies based on the pedagogy of *translanguaging*. These are inclusive teaching practices that respect the linguistic rights of learners with a migrant background, in a framework of the symbolic and educational legitimization of plurilingualism (Carbonara and Scibetta 2020). A further observation concerns the theme of translingual writings which includes authors who write in at least one language other than their mother tongue (Kellman 2007, 7-9). The repertoire to choice from is wide and bears prodigious and living witness to the scenario of the Italian context: the literature written by immigrants²¹⁸ reflects the changes linked to migratory movements which, when viewed against the light, become both the cause and the effect of the stories told (Comberiati 2010, 9). The characteristics of these writings are various, as de Rogatis explains in his detailed analysis:

nella modernità e nella contemporaneità, il percorso verso la scrittura translingue può avere in sé un grado maggiore o minore di libertà e di necessità, e un grado maggiore o minore di pressione storica, sociale ed etnica. [...] La postura adottata dagli scrittori esofoni verso la propria opera si delinea [...] nelle loro stesse riflessioni metalinguistiche. Esse si orientano verso tre direzioni qui di seguito elencate, in ordine crescente di importanza. [...] La prima direzione metalinguistica è quella delle riflessioni e considerazioni disseminate sulla pratica translingue, via via espresse da questa ampia galassia di scrittori.

La seconda direzione metalinguistica è quella del riconoscimento genealogico, che si esprime attraverso lo studio e/o il riferimento costante ad altri autori translingui. È il caso di Coetzee, studioso per la sua intera vita di Beckett (Kellman 2007, 69-82), o di Lahiri, che costruisce la sua *Postfazione* a *In altre parole* dalla prospettiva di Kristof (Lahiri 2016, 163-166). La terza, infine, è quella dell'«autobiografia linguistica» (ivi,156) o dai tratti spiccatamente linguistici. Attraverso di essa, lo scrittore definisce l'intensità traumatica e vitale con cui la pratica translingue ha modellato al tempo stesso la propria vita e la propria poetica. (de Rogatis 2023, 54)

²¹⁸ Although it is not an exhaustive list, for a more in-depth analysis of the issue of the production in Italian by writers of foreign origin see Moll 2015, Sinopoli 2015, and Comberiati and Mengozzi 2023.

These texts constitute an «opportunità di ricorrere a forme di scrittura multilingue come risposta catartica a una condizione di fisiologica sofferenza affettiva e identitaria» (Santipolo 2023, 106), but also a precious repertoire within which a translingual imaginary is embedded:

Esso va visto come uno spazio inclusivo, stratificato ed esteso, dislocato di volta in volta nella relazione dinamica e posizionale che il parlante stabilisce con la propria madrelingua e con le proprie altre lingue attraverso esperienze, pratiche corporee, codici extra-linguistici, universi cognitivi e narrazioni. (de Rogatis 2023, 44)

The perspective that needs to be taken here is that of teaching Italian as a foreign language. Therefore, it should be emphasized that working on texts by translingual writers may lead to a fertile process of identification and create that network of solidarity of experiences within which one may rediscover one's own experience. This is possible largely thanks to the rich metaphorical ideas linked to the positions of those who are constantly in translation, whether by necessity or by choice. The ability to recognize the strangeness and difficulty that arise from continually positioning oneself both inside and outside the boundaries of a new language is refined, while spaces are opened up for rethinking internal conflicts, failures and frustrations with respect to what cannot yet be said or recounted in a different idiom. At the same time, that awareness is perfected which is capable of guiding us towards the recognition of the creative potential that arises in the process of learning a new language and of recovering a different relationship with one's own mother tongue. The space that is created is one in which we must face the gain and the loss, the sense of rootedness and uprootedness, of failure and success, in a back-and-forth between affinity and discontinuity that interrupts the solitude of learning experiences. The perspective that is gained by working on the texts of translingual authors is crucial for teachers because it brings to the fore the issue of skills for managing classes that have become increasingly complex multicultural worlds. The continuous and unstoppable changes in the cultures that we are faced with make the acquisition of teaching and cultural skills a constantly evolving process rather than a

finished product. This process involves not only acquiring a solid knowledge base and specific training that includes linguistic skills, teaching abilities, training in psychology, and familiarity with new technologies (Villarini 2021, 163), but also developing the ability to take on different attitudes towards oneself and others (Waters and Asbil 2013). Recent research highlights the need to incorporate new strategies that help us maneuver more agilely in certain sensitive contexts. One way is to develop a so-called sense of *cultural humility*:

Building on recent theory stressing multicultural orientation, as well as the development of virtues and dispositions associated with multicultural values, we introduce the construct of cultural humility, defined as having an interpersonal stance that is other-oriented rather than self-focused, characterized by respect and lack of superiority toward an individual's cultural background and experience. (Hook *et al.* 2013, 353)

This approach requires a significant change in perspective:

In a multicultural world where power imbalances exist, cultural humility is a process of openness, self-awareness, being egoless, and incorporating self-reflection and critique after willingly interacting with diverse individuals. The results of achieving cultural humility are mutual empowerment, respect, partnerships, optimal care, and lifelong learning. (Fronda *et al.* 2016, 213)

Texts by translingual authors, even if they do not all have the same intensity, shed light on themes that are often submerged and struggle to surface: dramatic events, traumatic fractures, imaginaries, symbolic worlds (de Rogatis 2023, 15), and aphasias accompanied by multisensorial sounds. This dense chiaroscuro directly introduces teachers to the heart of the matter, involving them critically and encouraging the development of *cultural humility*: it involves an awareness of possible personal prejudices, a different and more productive attitude to listening rather than to presuming or taking for granted, a possibility of identifying with greater clarity what is not apparent. The stories of migration and translingualism thus become a more significant repertoire than others, a resource for understanding our current

situation but also «un modo di raccontarsi e raccontare il mondo per poter sopravvivere ad esso, renderlo umano, abitabile» (ivi, 13). The contribution of these authors emphasizes how the experience of migration is a challenge that engages on multiple fronts an issue connected to others. It is at the intersection of events such as trauma, oppression, racism, poverty, exclusion, just to name a few, that the powerful key to understanding is hidden: «Understanding is only as powerful as the action that follows» (Waters and Asbil 2013, 1). From this perspective, when faced with learners and their needs, it becomes necessary to admit that we do not always have all the answers, but that it is possible to look for them in a humble act of cooperation. Good questions, on the other hand, are already an excellent starting point for identifying unresolved needs, in a dynamic that, through holistic and inclusive methods, overturns the asymmetries of the teacher-student relationship.

Recognizing that each person brings something different to the proverbial table of life helps us see the value of each person. [...] Both people must collaborate and learn from each other for the best outcomes. One holds power in scientific knowledge, the other holds power in personal history and preferences. [...] Though individuals can create positive change, communities and groups can also have a profound impact on systems. We cannot individually commit to self-evaluation and fixing power imbalances without advocating within the larger organizations in which we participate. Cultural humility, by definition, is larger than our individual selves—we must advocate for it systemically. (ivi, 2)

Texts by translingual authors can become a megaphone when they bring to the forefront issues such as migratory trauma, hardship, and oppression, just as teachers and learners can become megaphones themselves when they share experiences learned through the filter of diverse, but not dissimilar, points of view. It is an opportunity to get to the root of issues that would otherwise remain buried, engaging with the precious spaces built by languages that encounter each other. It is an antidote to becoming invisible.

Narrative medicine, linguistic autobiography and the healing power of stories, between empathy and language learning

The complex and delicate relationship established between the teacher and the migrant learner who has suffered any migratory trauma cannot be pigeonholed into ordinary didactic interactions. Instead, it must take on the characteristics of a more intense bond closer to a relationship of care understood in the broadest sense of the term. The point of view that characterized the role of the teacher as that of a *counselor* and compared the relationship between teacher/student to that of doctor/patient has already been observed in language-teaching studies that follow so-called humanistic-affective approaches, which emerged around the end of the 1960s in non-linguistic fields, since their advocates were doctors, psychologists, pedagogists or scientists who tried to transfer into the field of foreign language learning what had been experienced in more general contexts (Serra Borneto 1998, 42). In particular, in some of the proposed models, the principles and techniques of person-centered psychological therapy were applied (ivi, 63). Today we begin with the assumption that «the affective dimension of language learning is widely accepted as relevant to the learner's success in mastering the target language» (Richards and Rodgers 2014, 314), just as it is established that language teaching, despite its autonomous status, has a vocation to be open to other disciplines, from which it draws content that gets reworked and adapted according to specific needs (Villarini 2021, 19). A glance into the future seems to confirm the trends described above:

How do we feel the language teaching profession will move ahead in the near, or even more distant, future? [...] Some of the responses to these issues may take the form of new approaches and methods; others may lead to a refining or reshaping of existing approaches and methods as the teaching profession responds to the finding of new research and to developments in educational theory and practice. The initiatives for changing programs and pedagogy may come from within the profession – from teachers, administrators, theoreticians, and researchers. Incentives or demands of a

political, social or even fiscal nature may also drive change, as they have in the past. Particular personalities and leaders in the field may also shape the future of language teaching. Change may also be motivated by completely unexpected sources. (Richards and Rodgers 2014, 384)

Among the factors that could produce significant changes, it is worth mentioning:

Crossovers from other disciplines. Encounters with cognitive psychology, psychotherapy, communication science, ethnography, and human engineering have left their imprint on language pedagogy and exemplify the way that such diverse disciplines can influence a field that is always looking for inspiration. (ivi, 385)

These considerations open up to a reflection on the implications that could arise from the emerging field of narrative medicine and from all the debate that has been generated around it, potentially enriching applied linguistics.²¹⁹ Here we propose some reflections on the possible convergences of these two areas. Language does not only concern grammar and rules, but «comprende, potenzialmente, tutto ciò che l'individuo può vedere e capire nell'Universo intero e tutto ciò che può anche volere» (Sabatini 2016, 13). Language is embodied and becomes the link between different worlds, reveals thoughts, sounds, and is placed at the crossroads, determining the turning points of life. It implements care when it enables us to name, identify, and recognize or when it frees expressiveness. The theme of care commonly refers to the doctor-patient relationship, the core of narrative medicine studies. Already in 1957, Hungarian psychoanalyst Balint supported the relevance of this relationship in diagnostic and therapeutic terms. Interestingly, according to the scholar, the most frequently prescribed “drug” is the doctor, but its pharmacology—i.e. its toxicity, dosage, and side effects—is not really

²¹⁹ Narrative medicine is a field of study that establishes a clinical care methodology based on communication skills. Rita Charon, a physician-internist and professor of *Clinical Medicine* at Columbia University in New York, has provided one of the most well-known and fundamental definitions of narrative medicine recognized internationally (Charon 2006).

known. Therefore, like a drug, doctors have a double value: they bring benefits, but also toxic side effects (Balint 2014, 3-22). From these reflections, the Balint Groups were born, composed of general practitioners duly trained in the relationship with patients on the basis of listening and intra-professional sharing (Calabrese *et al.* 2023, 11). Here we can risk shifting this particularly effective metaphor from the healthcare field to educational contexts. Often teachers find themselves in the position of being the only available remedy when facing educational emergencies. They are frequently the only more-than-casual point of contact between the host society and the migrant learner (Troncarelli and La Grassa 2018, 1). They are a sort of mobile frontier where there is a lack of sure antidotes to error. Naturally the process of teaching and learning a language is never in any way comparable to a pathology, but the sense of discouragement and inadequacy that often assails teachers with respect to bureaucracy and the thousand other difficulties they face (Deiana *et al.* 2021), associated with the lack of adequate spaces, conditions, and tools, can generate negative side effects that impact everyone involved in the process. Narrative medicine focuses on the fascinating and complex encounter between the doctor and the patient, understood as an exchange between two people who are both custodians of complementary knowledge: one having scientific and experiential skills, the other the story of their life and illness.

Di fatto sebbene la lingua italiana non consideri tale distinzione, [...] due saperi sono ben identificati da due termini inglesi atti a definire la malattia: *illness* e *disease* [...] la *illness*, intesa come il vissuto soggettivo della malattia, l'insieme delle sensazioni fisiche, pensieri, emozioni e il malessere associati all'esperienza di essere malati, e la *disease*, ovvero la descrizione biologica, organica e clinica della patologia. Se ad esempio dovessimo descrivere l'influenza, come *illness* considereremmo la spossatezza, la sensazione di avere le "ossa rotte", il naso tappato e così via; come *disease*, invece, si potrebbe contemplare una temperatura corporea superiore o uguale a 37, 5-38 gradi, l'ostruzione delle vie respiratorie e la produzione di muco e catari. L'incontro tra medico e paziente, quindi, è caratterizzato dal tentativo di mediare tra due linguaggi: la *illness* del paziente e la *disease* del medico. Se vale il principio di complementarietà tra i due saperi in medicina, allora il medico nella sua relazione con il paziente è tenuto a un difficile ma prezioso intervento di traduzione del linguaggio del

paziente da *illness* a *disease*, al fine di codificare le informazioni portate dal paziente e trasformarle in importanti dati da considerare per formulare ipotesi diagnostiche (Calabrese *et al.* 2022,31-32)

Continuing analogically, the teacher-learner relationship also uniquely characterizes the dynamics that are embedded into the act of teaching. Both participate in the creation of a bond that is realized in an educational agreement, shaped by osmosis-like exchanges from which unique, unrepeatable experiences derive. Teachers bring all their knowledge, the teaching experience from their professional life; learners bring into play their subjective experience, their individual and family history, the languages they know, the signs of their experience of migration left in their body and mind, the expectations, and the fears and desires that arise from the investment of their resources in a language course. Here too the teacher is called upon to perform a task of translation and integration between elements of diverse natures, between *disease* and *illness*, to continue with the terms of this bold metaphor. On the one hand, there is the comprehensive analysis of some objective elements that form the identikit of the learner, such as the initial assessment, the level of linguistic/communicative competence, or the typological distance of the student's mother tongue. On the other hand, there is the consideration of the effects of the subjective experience of the learner. It is clear that the use of mediation is mandatory: it would be fallacious to give weight to only one dimension to the detriment of the other. Another key concept of narrative medicine, useful for the purposes of this examination, concerns the dichotomy between *evidence-based medicine* (EBM) and *narrative-based medicine* (NBM). In short, EBM suggests that clinical decisions are made on the basis of reliable data and employed by doctors in a clinical setting: this is a medicine based on evidence or proof of efficacy. In this scenario

il soggetto curato non partecipa attivamente al processo terapeutico, ma è percepito semplicemente come destinatario di cure basate su prove di efficacia e di alta qualità. Da qui deriva una concezione di malattia intesa come *disease*. (ivi, 17)

NBM, with its progressive openness to other humanistic disciplines (narratology, psychology, sociology, anthropology) essential to listen empathetically to the patient, proposes a reversal: the centrality of the person is fundamental to guaranteeing the quality of care, to completing and enriching traditional medical treatments. The standard methods are accompanied by the therapeutic use of patient narratives, alongside those of their family and of the professionals involved in their care:

la persona malata viene considerata non più solo come oggetto di cura, ma come attivo protagonista del suo percorso terapeutico e riabilitativo, con la sua storia, le sue risorse e le sue capacità. Non a caso lo sviluppo del movimento della medicina narrativa compare sull'onda della contestazione del fatto che, in seguito allo sviluppo di tecnologie sempre più sofisticate, la capacità di ascolto dei medici sia passata in secondo piano. (ivi, 18-19)

Once again, the parallel with education emerges in a suggestive way: those who have teaching experience can easily recognize here a turning point that has characterized theoretical studies in language teaching. Once the main focus was the language to be learned and the role that L1 could have in determining success or failure in learning. Just think of the grammatical translation method in which linguistic deficiencies were perceived precisely as pathologies to be cured. Today at the center of the learning process is the learner with their differences (Diadori 2015, 2-29). I do not intend to diminish in any way the importance and indeed the necessity of making didactic decisions on the basis of the greater or lesser effectiveness of the different options that empirical research offers,²²⁰ but at the same time, it must be noted that the interpretative horizons have profoundly changed. What impact can the considerations made so far for narrative medicine have on a sector such as that of teaching Italian to migrant learners, which is particularly in need of exploring new points of view? The importance of

²²⁰ A line of studies that emerged in the Anglo-Saxon context called *Evidence Based Education* proposes an approach with links to the medical field. It has subsequently been applied in different domains of the social sciences. The aim is to encourage the collection and dissemination of reliable knowledge about the effectiveness of different teaching methods that can help teachers, educators, and politicians make informed decisions (Vivanet 2014).

narrativizing a student's learning journeys as relational experiences is gradually being recognized. The cognitive and therapeutic value of stories in the duality of production and interpretation, but also the possibilities that derive from the exchange of roles in a class group, allow the self to know itself, heal itself, and transform itself also through narrative (Calabrese *et al.* 2022, 25). Methodologies range from semi-structured narrative interviews to the reflective diary, up to the use of autobiography, one of the fundamental tools of intervention:

È stato d'altronde già osservato che la Svolta narrativa è stata essenzialmente una Svolta autobiografica (Calabrese 2018) e sull'autobiografia da decenni si concentrano studi che impegnano diverse discipline, dalla pedagogia alla psicoterapia fino alle neuroscienze; si contano numerose iniziative, fino alla nascita della Libera Università dell'autobiografia di Anghiari e del Centro nazionale di studi autobiografici, entrambi animati da Duccio Demetrio (Perotti 2021). Il racconto di sé, come narrazione retrospettiva ma anche progettuale, si riconosce come pratica dal forte valore identitario; pratica riparativa e costruttiva, vera «cura di sé» (Demetrio 1996), nel duplice campo semantico della «cura» (cure/care), curare e prendersi cura. È un tema percorso da decenni, ma oggi al centro di vere trasformazioni disciplinari. (Villani 2023, 292)

Autobiographical approaches in applied linguistics have become increasingly significant and widespread, thanks to the cultural and linguistic diversification in contemporary societies characterized by intense and heterogeneous processes of migration. Autobiographical narratives allow us to highlight the inner worlds of speakers not investigated by experimental methodologies and to explore the processes of language acquisition, linguistic attrition and language loss (Thüne and Luppi 2022, 1). For translingual learners, linguistic autobiography becomes a means to explicitly consider the elements that can favor or hinder the process of approaching another linguistic universe through new modes of conceptual elaboration, favoring a deeper awareness of their own needs. Another powerful tool that could be borrowed from narrative medicine is the use of the so-called “parallel chart”, which was created by R. Charon in 1993 and used in her clinical practice with the following indications:

Every day, you write in the hospital chart about each of your patients. You know exactly what to write there and the form in which to write it. You write about your patient's current complaints, the results of the physical exam, laboratory findings, opinions of consultants, and the plan. If your patient dying of prostate cancer reminds you of your grandfather, who died of that disease last summer, and each time you go into the patient's room, you weep for your grandfather, you cannot write that in the hospital chart. We will not let you. And yet it has to be written somewhere. You write it in the Parallel Chart. (Charon 2006, 155-156).

The parallel chart becomes a sort of free port where you can freely recount your experience of the care relationship. The inclusion of an imaginative, fantastic element forms the basis of a process that gives rise to an immense creativity that allows you to free yourself from the labyrinthine constraints dictated by the contexts and roles in play. This is exactly what is needed when working in educational contexts with people who come from distant places and who bring with them written and oral linguistic heritages together with worlds that are not immediately translatable. Sometimes the students' difficulties mirror the inevitably limited ability of teachers to perceive all the nuances of the universes present in their classes. The profiles that emerge are extraordinarily diverse: nomads, poets, defectors, artists, artisans, farmers, merchants, and religious people come together with an outsize variety of words, pronunciations, expressions, foods, clothes, and objects that cause a fascinating sense of vertigo. We must not forget that the task of forming and reforming one's identity in this globalized world belongs both to students and to teachers. The position of educational structures strongly rooted in a Western vision of culture is often far from the hybrid and holistic idea of language seen as an element of post-traumatic expressivity. This situation leads us to reflect on how much all of this has been received and actuated in terms of new teaching methods. The debate is open especially at an international level and there has been no shortage of strongly critical voices:

In light of the global and local developments both in the society at large and in our professional community, it is only legitimate to ask whether the teaching of EIL as a

profession has been sensitive to these developments and has come out with a sensible response that is commensurate with the challenges and opportunities. My reading of the prevailing situation leads me to answer the question with a resounding “no.” What I see is a profession that continues to get entangled in terminological knots and one that easily gets distracted by superficial solutions instead of confronting the underlying causes that call for a radical re-conceptualization. It seems to me that, in order for our profession to meet the challenges of globalism in a deeply meaningful way, what is required is no less than an epistemic break from its dependency on the current West-oriented, Center-based knowledge systems that carry an indelible colonial coloration. (Kumaravadivelu 2012, 13-14)

In teaching practices, introducing a written narration of learners’ stories with the addition of imaginative elements helps fill the gaps of a poor initial knowledge, but it also helps move towards liberating ourselves from traditional teaching methods. The hypotheses that are formulated in the process can serve to make room for new truths that emerge, but also to take on the point of view of others and develop a different sense of responsibility and empathy. One should hope that further research will deepen the impact of these approaches on a large scale and develop specific methodologies for teacher training in intercultural contexts.

In the wake of what has been explored so far, that is, a possible convergence between narrative and didactic medicine, we can conclude with the story from Cristina Cattaneo, a pathologist who has been working for years to give a name to some of the many migrants swallowed by the Mediterranean. In her account, there is one extraordinary narrative there is one outstanding narrative about a fourteen-year-old African boy who had sewn his excellent school report card written in Arabic and French into the inside pocket of his jacket, before losing his life together with others (Cattaneo 2018). Once again, we can evoke as a final image, that of the doctor and the teacher standing side by side: both would have been necessary, sooner or later, to cure and to save.

I close these reflections with the hope that, on the basis of mutual enrichment, we can strengthen these two seemingly distant areas of study by working together. In this way, from perspectives that mesh and coalesce, we may begin to build

inclusive and humane educational communities that are increasingly ready to face current and future challenges in a solid and supportive manner.

Bibliography

- Allievi, Stefano (2021), *Torneremo a percorrere le strade del mondo. Breve saggio sull'umanità in movimento*, Milano, Utet.
- Id. (2023), *Trasformazioni della mobilità umana: perché parlare di migrazioni non basta più*, in Centro Studi e ricerche IDOS (ed.), *Dossier Statistico Immigrazione 2023*, Roma, pp. 32-35.
- Bagna, Carla, Simone, Casini (2012), *Linguistica educativa e neoplurilinguismo nelle scuole italiane: la mappatura della diversità linguistica e la gestione delle immagini del contatto*, in Silvana Ferreri (ed.), *Linguistica Educativa*, Roma, Bulzoni, pp. 225- 236.
- Balint, Michael, Benincasa, Francesca, Perini, Mario (éds.) (2014), *Medico, paziente e malattia*, Roma, Giovanni Fioriti Editore.
- Bhabha, Homi Kharshedji (1994), *The Location of Culture*, London, Routledge.
- Bialystock, Ellen (2001), *Bilingualism in Development. Language, Literacy, and Cognition*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Calabrese, Stefano (2018), *Storie di vita. Come gli individui si raccontano nel mondo*, Milano, Mimesis.
- Calabrese, Stefano, Conti, Valentina, Fioretti, Chiara (2022), *Che cos'è la medicina narrativa*, Roma, Carocci.
- Carbonara, Valentina, Scibetta, Andrea (2020), *Imparare attraverso le lingue. Il translanguaging come pratica didattica*, Roma, Carocci.
- Carbonara, Valentina, Scibetta, Andrea, Bagna, Carla (2020), *L'AltRoparlante. Ricerca, sperimentazione e didattica plurilingue nella scuola primaria e secondaria: il coinvolgimento delle famiglie fra approccio interculturale e translanguaging*, «Italiano LinguaDue», n. 1, pp. 353-371.
- Castro Schepers, Ofelia, Brennen, Megan, Bernhardt Philip (eds.) (2022), *Developing Trauma Informed Teachers: Creating Classrooms that Foster Equity, Resiliency, and Asset-Based Approaches: Reflections on Curricula and Prog.*, Charlotte, Information Age Publishing.
- Cattaneo, Cristina (2018), *Naufraghi senza volto. Dare un nome alle vittime del Mediterraneo*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Cefai, Carmel (2008), *Promoting Resilience in the Classroom: A guide to Developing Pupils' Emotional and Cognitive Skills*, Londra, Jessica Kingsley.
- Id. (2021), *A Transactional, Whole-School Approach to Resilience*, in Michael Ungar (ed.), *Multisystemic Resilience*, Oxford, Oxford University Press, pp. 220-231, 10.1093/oso/9780190095888.003.0013 (last access 12 August 2024).
- Charon, Rita (2006), *Narrative Medicine. Honoring the Stories of Illness*, Oxford, Oxford University Press.

- Comberiati, Daniele (2010), *Scrivere nella lingua dell'altro. La letteratura degli immigrati in Italia* (1989-2007), Bruxelles, Peter Lang.
- Comberiati, Daniele, Mengozzi, Chiara (eds.) (2023), *Storie condivise nell'Italia contemporanea. Narrazioni e performance transculturali*, Roma, Carocci.
- Contento, Silvana (eds.) (2010), *Crescere nel bilinguismo. Aspetti cognitivi, linguistici ed emotivi*, Roma, Carocci.
- Coppola, Daria, Moretti, Raffaella (2018), *Valorizzare la diversità linguistica e culturale. Uno studio di caso*, in Carmel Mary Coonan, Ada Bier, Ellena Ballarin (eds.), *Didattica delle lingue nel nuovo millennio. Le sfide dell'internalizzazione*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, pp. 397-412.
- Corrao, Francesca Maria (eds.) (2002), *Poeti arabi di Sicilia*, Messina, Mesogea.
- Council of Europe (2001), *CEFR-Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Council of Europe (2020), *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Companion volume*, Strasbourg, <https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4> (last access 28 September 2024).
- Cummins, James (2005), *A proposal for Action: Strategies for Recognizing HL Competence as a Learning Resource within the Mainstream Classroom*, «Modern Language Journal», vol. 89, n. 4, pp. 585-592.
- Id. (2007), *Rethinking Monolingual Instructional Strategies in Multilingual Classrooms*, «Canadian Journal of Applied Linguistics», vol. 10, n. 2, pp. 221-240.
- Deiana, Igor, Malavolta, Stefania, Marulo, Carla (2021), *La A23 si racconta: una voce per chi insegna nella classe di concorso di lingua italiana per discenti di lingua straniera*, «Italiano LinguaDue», vol. 13, n. 2, pp. 1-12.
- De Mauro, Tullio (1975), *Scuola e linguaggio*, Roma, Editori Riuniti.
- De Micco, Virginia (2002), *La frontiera mobile: migrazioni e sanità in una prospettiva transculturale*, in Ead. (eds.), *Le culture della salute. Immigrazione e sanità: un approccio transculturale*, Napoli, Liguori, pp. 7-54.
- Demetrio, Duccio (1996), *Raccontarsi: l'autobiografia come cura di sé*, Milano, Raffaello Cortina.
- de Rogatis, Tiziana (2023), *Homing/Ritrovarsi. Traumi e translinguismi delle migrazioni in Morante, Hoffman, Kristof, Scego e Labiri, Siena*, Edizioni Università per Stranieri di Siena. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daaa157> (last access 28 September 2024).
- Diadori, Pierangela (eds.) (2015), *Insegnare italiano a stranieri*, Milano, Mondadori.
- García, Ofelia, Johnson Ibarra, Susana, Seltzer, Kate (2017), *The Translanguaging Classroom: Leveraging Student Bilingualism for Learning*, Philadelphia, Caslon.

- Hook, Joshua, Davis, Don, Owen, Jesse, Worthington, Everett, Utsey, Shawn (2013), *Cultural Humility: Measuring Openness to Culturally Diverse Clients*, «Journal of Counseling Psychology», vol. 60, n. 3, pp. 353-366.
- Jacobs, Dirk, Devleeshouwer, Perrine (2023), *Inclusion of Migrant Children in Educational Systems*, in Anna Triandafyllidou (eds.), *Routledge Handbook of Immigration and Refugee Studies*, Abingdon-New York, Routledge, pp. 245-254.
- Kellman, Steven (2007), *Scrivere tra le lingue*, trad. Franca Sinopoli, Enna, Città aperta.
- Kumar, Akash (2022), “*The world is my Homeland*”: *Exile and Migration, from Ibn Hamdīs to Dante*, in Helen Sorterer and Vincent Joos (eds.), *Migrants Shaping Europe, Past and Present Multilingual Literatures, Arts, and Cultures*, Manchester, Manchester University Press, pp. 79-95.
- Kumaravadivelu, Bala (2012), *Individual Identity, Cultural Globalization, and Teaching English as an International Language: the Case for an Epistemic Break*, in Lubna Alsagoff, Sandra Lee McKay, Guangwei Hu and Willy Ardian Renandya (eds.), *Principles and Practices for Teaching English as an International Language*, New York, Routledge, pp. 9-27.
- Lahiri, Jhumpa (2016), *Postfazione*, in Ead., *In altre parole*, Parma, Guanda, pp. 149-168.
- Masten, Anne (2014), *Global perspectives on resilience in children and youth*, «Child Dev.», vol. 85, n. 1, pp. 6-20.
- Moll, Nora (2015), *L'infinito sotto casa. Letteratura e transculturalità nell'Italia contemporanea*, Bologna, Patròn.
- Ead. (2022), *Translinguismo e trauma infantile. Le memorie linguistiche di Marica Bodrožić e Francesco Miceli*, «Comparatismi», n. 7, pp. 59-70.
- Niconchuk, Michael (2020), *The Field Guide for Barefoot Psychology, Beyond Conflict*, Boston.
- Nilsson, Jenny, Bunar, Nihad (2016), *Educational Responses to Newly Arrived Students in Sweden: Understanding the Structure and Influence of Post-migration Ecology*, «Scandinavian Journal of Educational Research», vol. 60, n. 4, pp. 399-416.
- Perotti, Alessandra (2021), *Scrivere per guarire. Manuale di scrittura terapeutica*, Milano, Editrice Bibliografica.
- Ricci, Antonio (2023), *Flussi crescenti, porte chiuse e politiche ostili: i migranti forzati nel mondo e in Europa*, in Centro Studi e ricerche IDOS, *Dossier Statistico Immigrazione 2023*, Roma, pp.43-49.
- Richards, Jack, Rodgers, Theodore (2014), *Approaches and Methods in Language Teaching*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Santipolo, Matteo (2023), *Multilinguismo letterario ed educazione linguistica*, «Scritture Migranti», n. 17, pp. 96-110.

- Sabatini, Francesco (2016), *Lezione d'italiano. Grammatica, storia, buon uso*, Milano, Mondadori.
- Scibetta, Andrea, Carbonara, Valentina (2019), *Translanguaging as a Pedagogical Resource in Italian Primary Schools: Making Visible the Ordinarity of Multilingualism*, in Jerry Won Lee and Sender Dovchin (eds.), *Translinguistics. Negotiating Innovation & Ordinarity*, London and New York, Routledge, pp. 115-129.
- Serra Borneto, Carlo (1998), *C'era una volta il metodo. Tendenze attuali nella didattica delle lingue straniere*, Roma, Carocci.
- Sinopoli, Franca (2015), *Caratteri transnazionali e translinguismo nella letteratura italiana contemporanea*, «La modernità letteraria», n. 8, pp. 53-63.
- Thüne, Eva- Maria, Luppi, Rita (2022), *Lingua, identità e memoria. Il lavoro con biografie linguistiche nella didattica universitaria. Un'introduzione*, in Ead. (eds.), *Biografie linguistiche. Esempi di linguistica applicata*, Bologna, Amsacta, pp. 1-14.
- Troncarelli, Donatella, La Grassa, Matteo (2018), *La didattica dell'italiano nel contatto interculturale*, Bologna, Il Mulino.
- Ungar, Michael (2012), *Researching and Theorizing Resilience across Cultures and Contexts*, «Preventive Medicine: An International Journal Devoted to Practice and Theory», vol. 55, n. 5, pp. 387-389. DOI: doi:10.1016/j.jpmed.2012.07.021.
- Vedovelli, Massimo (2011), *Lo spazio linguistico italiano globale*, in Ead. (eds.), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Roma, Carocci, pp.129-150.
- Id. (2015), *Fra 40 anni, l'Italia che verrà. Lo spazio linguistico e culturale italiano fra lingue immigrate, andamento demografico, ripresa economica*, «Italienisch», n. 73, pp. 78-109.
- Villani, Paola (2023), *Dalla Medicina narrativa alla Narratologia medica. L'Homo patiens come Homo textilis*, in Emilia Di Rocco e Iolanda Plescia (eds.), *Ripensare il Modernismo*, «Rivista STUDIUM Ricerca», vol. 119, n. 1, pp. 280-328.
- Villarini, Andrea (2021), *Didattica delle lingue straniere*, Bologna, Il Mulino.
- Vivanet, Giuliano (2014), *Che cos'è l'Evidence Based Education*, Roma, Carocci.
- Waters, Amanda, Asbill, Lisa (2013), *Reflections on Cultural Humility*, «American Psychological Association», [adc_csl_pdf_exculhumcap.pdf](#) (mtroyal.ca) (last access 28 September 2024).
- Wei, Li (2018) *Translanguaging as a Practical Theory of Language*, «Applied Linguistics», vol. 39, n. 1, pp. 9-30.

Sitography

- Black book of pushbacks «The Left in the European Parliament». <https://left.eu/issues/black-book-of-pushbacks-2022/> (last accessed 28 September 2024).

Consiglio dell'Unione Europea (2018), *Raccomandazione del Consiglio del 22 maggio del 2018 relativa alle competenze chiave per l'apprendimento permanente*, Raccomandazione del Consiglio, del 22 maggio 2018, relativa alle competenze chiave per l'apprendimento permanente Testo rilevante ai fini del SEE. (europa.eu) (last access 28 September 2024).

Consiglio dell'Unione Europea (2022), *The Importance of Plurilingual and Intercultural Education for Democratic Culture*, 1680a967b4ECML (coe.int) (last access 28 September 2024).

ONU = Organizzazione Nazioni Unite (2015), *La nuova Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*, ONU Italia La nuova Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (unric.org) (last access 28 September 2024).

Black book of pushbacks «The Left in the European Parliament». <https://left.eu/issues/black-book-of-pushbacks-2022/> (last accessed 28 September 2024).

Biographical note

Andreina Sgaglione graduated in 1994 in Modern Literature at University of Studies of Naples Federico II. She moved in USA where she carried out proficiently an intership at the National Gallery of Art of Washington DC. In 1995 she achieved the Certification of Competence in Teaching Italian as a Foreign Language (DITALS) cum laude in Washington D. C. She has taught Italian language and culture in USA in Italian departments in several universities and in public schools in monolingual and multilingual classes. She carried out several courses focused on some methods to teach foreign languages. Back in Italy, she specialised in 2002 in Didattica dell'Italiano come Lingua Straniera at the University for Foreigners of Siena supervised by prof. Massimo Vedovelli with a thesis entitled *La sintassi nei manuali didattici per stranieri: profili glottodidattici e acquisizionali*. She has taught courses of italian second language for refugees and asylum-seekers. She has also been involved in various projects focused on teaching italian to foreign people. Since 2000 she teaches as Esperto Linguistico full time at the University for Foreigners of Siena and she has been collaborating with the DITALS Center. As a teacher trainer she has been working in numerous courses in Italy and abroad. She has often been invited to give talks and make presentations in conferences and meetings both at national and international levels. She has published several handbooks on language teaching; in particular she is co-author with prof. Maurizio Trifone of an italian language handbook *Affresco Italiano*, edited by LeMonnier. Since 2022 she is a PhD student in Linguistics and Didactics of the Italian Language to Foreigners at the University for Foreigners of Siena. Her main research interests are teaching/learning issues of Italian as a Second/Foreign language and neuronarratology.

How to cite this article

Sgaglione, Andreina (2024), *Narrative Medicine and the New Scenarios of Language Learning and Teaching. Linguistic Autobiographies, Translingualisms and Migration Traumas*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 245-274.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli

autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

PROMUOVERE LA DIDATTICA PLURILINGUE ATTRAVERSO I TESTI DI SCRITTRICI ITALIANE CON
BACKGROUND MIGRATORIO. LE PERCEZIONI DI DOCENTI E STUDENTI

Camilla Spaliviero

Diversi studi hanno analizzato il multilinguismo nei testi di scrittrici e scrittori italiani con background migratorio e indagato le loro potenzialità nella didattica dell'italiano a stranieri. Tuttavia, pochi ne hanno esaminato l'efficacia dalla prospettiva di docenti e studenti e in relazione alla didattica plurilingue. Inoltre, le ricerche sui docenti di italiano all'estero si sono concentrate prevalentemente sugli insegnanti statali, dedicando meno attenzione a quelli in servizio presso altre istituzioni, come la Società Dante Alighieri. Su queste basi, la presente ricerca esplora le percezioni di 19 docenti e 40 studenti in cinque comitati della Società Dante Alighieri in Argentina durante un corso di formazione sulla didattica plurilingue e sui testi di scrittrici italiane con background migratorio. La ricerca ha adottato un approccio misto, ha seguito il disegno dello studio di caso multiplo e longitudinale e ha incluso un progetto di ricerca-azione. I dati sono stati raccolti attraverso questionari pre- e post-formazione, diari dei docenti, diario della ricercatrice e questionari degli studenti. I risultati mostrano un cambiamento positivo nelle convinzioni, esigenze formative e pratiche didattiche dei docenti, supportato dai feedback favorevoli degli studenti. Alla fine del corso, i docenti si dichiarano più consapevoli, competenti e motivati a valorizzare i repertori linguistici degli studenti attraverso l'uso di approcci didattici innovativi e risorse attuali che riflettono l'identità multilingue e multiculturale della società italiana contemporanea.

Parole chiave

Didattica plurilingue; Scrittrici italiane con background migratorio; Docenti; Studenti; Società Dante Alighieri; Argentina.

PROMOTING MULTILINGUAL EDUCATION THROUGH THE TEXTS BY ITALIAN WOMEN WRITERS
WITH MIGRATORY BACKGROUNDS. TEACHERS' AND STUDENTS' PERCEPTIONS

Several studies have analysed multilingualism in the texts by Italian writers with migratory background, and explored their potential for teaching Italian to foreign students. However, limited research has examined their effectiveness from the perspectives of teachers and students, and in relation to multilingual education. Moreover, studies on Italian teachers abroad have primarily focused on state teachers, with less attention given to those working in other institutions like the Dante Alighieri Society. On this basis, the present study explores the perceptions of 19 teachers and 40 students from five committees of the Dante Alighieri Society in Argentina during a professional development intervention on multilingual education and texts by Italian women writers with migratory backgrounds. The research adopted a mixed-methods approach, followed a longitudinal multiple-case study design, and included an action research project. Data were collected through pre- and post-training questionnaires, teachers' diaries, the researcher's diary and students' questionnaires. The findings revealed positive changes in teachers' beliefs, training needs, and teaching practices, supported by favourable students' feedback. By the end of the course, teachers reported increased awareness, competence, and motivation to value students' entire linguistic repertoires using innovative teaching approaches and resources that reflect the multilingual and multicultural identity of contemporary Italian society.

Keywords

Multilingual education; Italian women writers with migratory backgrounds; Teachers; Students; Dante Alighieri Society; Argentina.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21104>

PROMUOVERE LA DIDATTICA PLURILINGUE ATTRAVERSO I TESTI DI SCRITTRICI ITALIANE CON BACKGROUND MIGRATORIO.

LE PERCEZIONI DI DOCENTI E STUDENTI

Camilla Spaliviero

Introduzione

Tra le priorità delle politiche linguistiche internazionali emerge la promozione delle competenze plurilingui e interculturali degli studenti, da realizzare attraverso l'applicazione sistematica e trasversale della didattica plurilingue in diversi livelli di istruzione. Questi includono scuole, università, istituzioni post-secondarie e organizzazioni per l'apprendimento permanente (Consiglio d'Europa, 2022)²²¹. Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale che le iniziative di formazione rivolte ai docenti, sia futuri che in servizio, sostengano la “svolta multilingue” nel loro sviluppo professionale affinché possano, a loro volta, promuoverla nell'insegnamento delle lingue (Conteh e Meyer 2014; May 2014; Putjata *et al.* 2022). A livello nazionale, con il Decreto Legislativo 64/2017, il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) si impegnano a supportare l'aggiornamento professionale dei docenti in servizio presso gli enti del Sistema della Formazione Italiana nel Mondo (SFIM). Questo aggiornamento mira a potenziare la loro professionalità, diversificare l'offerta formativa e diffondere buone pratiche basate su approcci didattici innovativi e risorse attuali (Fratarcangeli e Guidi 2024). La diffusione e la promozione dell'insegnamento della lingua e della cultura italiane all'estero risultano quindi strettamente legate alla formazione iniziale e continua dei

²²¹ In linea con il *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: Insegnamento, apprendimento, valutazione. Volume Complementare* (Consiglio d'Europa 2020, 28), in questo contributo i termini “multilinguismo” e “plurilinguismo” si usano per indicare rispettivamente “la coesistenza di diverse lingue in una determinata società o a livello individuale” e “il repertorio linguistico dinamico ed evolutivo di un apprendente”.

docenti, considerata un elemento cruciale per garantire e migliorare la qualità dell'insegnamento di fronte alle sfide educative contemporanee (Pavan 2005; Masillo 2021).

Le ricerche condotte finora sull'insegnamento dell'italiano nel mondo che includono l'Argentina (Baldelli 1987; De Mauro *et al.* 2002; Balboni e Santipolo 2003; Giovanardi e Trifone 2012; Coccia *et al.* 2021) o che si focalizzano su questo Paese (Lo Cascio 1987; Patat 2004) si concentrano sui docenti nei ruoli dello Stato inviati dal MAECI (scuole, dottorati, Istituti Italiani di Cultura) ma non considerano i docenti in servizio presso altre istituzioni. Inoltre, gli studi che analizzano i profili, i bisogni formativi e l'impatto dell'aggiornamento professionale dei docenti di italiano all'estero, basati sulla cooperazione tra università italiane e istituzioni locali, sono scarsi (Cinganotto 2018; Cinganotto e Turchetta 2020; Fazzi 2021; Ballarin e Nitti 2023). Queste ricerche, inoltre, non coinvolgono nello specifico i docenti che insegnano presso la Società Dante Alighieri.

Su queste basi, dal 2021 il Laboratorio Itals dell'Università Ca' Foscari Venezia, nell'ambito del progetto "Itals Letteratura", ha avviato un'indagine per esplorare gli effetti dell'aggiornamento professionale dei docenti di italiano come lingua straniera (LS) presso la Società Dante Alighieri in Argentina. L'indagine si concentra sull'uso di approcci didattici innovativi e risorse attuali, come la didattica plurilingue e i testi di scrittrici italiane con background migratorio. Da un lato, l'Argentina è un Paese multilingue che si colloca tra i primi al mondo per numero di studenti di italiano (MAECI 2019) e vanta una lunga tradizione legata alla Società Dante Alighieri, un'istituzione storica e ampiamente diffusa nel territorio (Patat 2004). Dall'altro, lo studio dell'italiano LS non può prescindere dal riconoscimento dell'identità multilingue e multiculturale della società italiana contemporanea. Dato che il sopracitato Decreto Legislativo considera "le esigenze del contesto culturale, sociale ed economico delle realtà locali" (MAECI 2017, 4), la scelta di questi testi intende trasmettere un'immagine autentica e aggiornata della lingua e della cultura italiane sulla base di una preesistente sensibilità per il discorso femminile sulla migrazione nel contesto argentino e nella Società Dante Alighieri. La letteratura

delle donne e sulle donne relativa al tema della migrazione, infatti, rappresenta un fenomeno significativo sia in Argentina che in Italia dagli anni Ottanta del Novecento. Mentre in Argentina aumentano le pubblicazioni di scrittrici argentine e italiane sull'emigrazione italiana e sull'identità argentina (Perassi 2012; Regazzoni 2013), in Italia cresce il numero di testi scritti da autrici straniere immigrate in Italia e italiane con background migratorio sull'immigrazione e sull'identità italiana (Camilotti 2008; Ricorda 2013). Inoltre, nel 2023 è stata istituita la Consulta linguamondo della Società Dante Alighieri, uno spazio dedicato al dialogo con scrittrici e scrittori stranieri che scrivono in italiano o che, italiani, hanno radici in altre lingue e culture. Un esempio è stato l'evento "Abitare, scrivere e vivere l'italiano", svoltosi a Roma e trasmesso online il 30 maggio 2023, che ha visto la partecipazione di numerosi scrittori e scrittrici tra cui Jhumpa Lahiri, Kossi A. Komla-Ebri, Ingy Mubiayi Kakese e Adrián Bravi.

Sebbene diversi studi abbiano evidenziato le potenzialità glottodidattiche dei testi di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e italiani con background migratorio (Cuconato 2017; Camilotti e Civai 2018; Bartoli Kucher 2019; Zannoni e Sirotti 2019; Pinoia 2021; Spaliviero 2022, 2023a), le ricerche sull'uso di questi testi per la didattica dell'italiano LS sono esigue (Bartoli Kucher 2020; Martari 2021) e nessuna riguarda il contesto argentino. La presente ricerca intende colmare questa lacuna esplorando le percezioni di un gruppo di docenti e studenti di italiano LS della Società Dante Alighieri in Argentina sull'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio durante un corso di formazione dedicato a questi temi.

Il multilinguismo nella letteratura italiana contemporanea

In Italia, il fenomeno del bilinguismo e del multilinguismo letterario, da sempre presente, si evolve e si intensifica a partire dagli anni Ottanta del Novecento, parallelamente all'aumento dell'immigrazione, alle migrazioni di ritorno e alle nuove forme di mobilità (Comberiati e Pisanelli 2017).

La diversità linguistica e culturale è una caratteristica intrinseca della produzione letteraria italiana. Accanto all'italiano standard, si trova un ricco panorama di varietà linguistiche regionali: il dialetto abruzzese in Gabriele D'Annunzio e Donatella Di Pietrantonio, il dialetto sardo in Grazia Deledda, il dialetto napoletano in Elsa Morante ed Elena Ferrante, il dialetto siciliano in Leonardo Sciascia e Andrea Camilleri, il dialetto veneto in Andrea Zanzotto e molti altri. A queste varietà si aggiungono le lingue straniere, come il tedesco e l'arbëresch in Carmine Abate, l'inglese e il francese in Italo Calvino, il giapponese in Dacia Maraini, lo spagnolo in Laura Pariani, il francese e l'inglese in Mario Soldati, il portoghese in Antonio Tabucchi e molti altri. A questo proposito, Brugnolo e Orioles (2002, 10) affermano:

Come non esistono nel mondo, e probabilmente nella storia, situazioni di totale e perfetto monolinguisimo, così non esistono probabilmente letterature che non siano a loro volta plurilingui: spesso, come quella italiana, radicalmente e profondamente plurilingui.

Tuttavia, è nei testi di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e italiani con background migratorio che il multilinguismo letterario simultaneo emerge con maggiore intensità (Santipolo 2023). Questo fenomeno si manifesta attraverso l'intreccio di lingue e varietà linguistiche all'interno dello stesso testo, realizzato mediante processi di *code-switching* e *code-mixing*. Gli elementi multilingui riflettono la pluralità dei repertori linguistici e delle prospettive culturali di scrittrici e scrittori, arricchendo la lingua italiana. Non solo rappresentano in modo verosimile i personaggi, ma mostrano anche la complessità delle interazioni tra l'italiano, altre lingue e varietà linguistiche e invitano a riflettere sulla crescente diversità linguistica e culturale della società italiana contemporanea (Spaliviero 2022, 2023a). Secondo i dati più recenti, infatti, nel Paese risiedono circa 5 milioni di cittadini stranieri, pari all'8,7% della popolazione (ISTAT 2024).

I testi narrativi che riflettono questa pluralità linguistica e culturale si definiscono “romanzi multilingui”. Pur variando per contenuto e struttura, tutti includono “una riflessione diretta o indiretta sul contatto tra le lingue”, ospitano “la copresenza, l'interazione, l'uso, il gioco evidente tra due o più lingue” e mostrano “i

personaggi o il narratore [che] vivono una dimensione linguistica non tanto scissa quanto multipla” (Raveggi 2023, 15-16). Secondo Kiemle (2011), in questi testi il multilinguismo si manifesta a livello morfosintattico, lessicale, pragmatico-discorsivo e metalinguistico.

A livello morfosintattico, il contatto con altre lingue influenza la formazione delle parole e la costruzione delle frasi in italiano dando origine a termini ibridi, scambi e omissioni di alcuni elementi sintattici come ausiliari e preposizioni. Un esempio significativo è il “portuliano” di Christiana de Caldas Brito. Nel racconto *Ana de Jesus* (1998, 54) la protagonista usa un italiano sgrammaticato, influenzato dal portoghese, con espressioni come “piovudo forte” e “tutto bagnado”. Le strutture scorrette rendono “visibili” e “udibili” i tratti fonetici dell’italiano appreso spontaneamente dai personaggi non nativi. Nel romanzo *Porto il velo, adoro i Queen. Nuove italiane crescono* di Sumaya Abdel Qader (2008, 55) un personaggio di origine egiziana pronuncia il suono /p/ come /b/ per l’influenza della fonetica araba, trasformando “perché” in “berché” e “parli” in “barli”.

A livello lessicale, la lingua materna di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia, così come quella dei genitori stranieri di autrici e autori italiani, si esprime attraverso termini culturali legati alla religione, al cibo e all’abbigliamento. Queste parole non solo evidenziano l’assenza di equivalenti diretti in italiano, ma riflettono anche la crescente presenza di tradizioni culturali diverse nel tessuto sociale del Paese. Spesso riportati in corsivo, questi termini sono raccolti in un glossario bilingue nelle pagine iniziali oppure appaiono nel testo con traduzioni in italiano tra parentesi o in note a piè di pagina. Per esempio, nel romanzo *Regina di fiori e di perle* di Gabriella Ghermandi (2007, 137) i termini in amarico legati alla cucina, come “genfo” e “berbere”, sono indicati in corsivo, tradotti solo la prima volta in note a piè di pagina e poi lasciati alla comprensione dei lettori in base al contesto. Quando non esiste una parola italiana con la stessa valenza linguistica e culturale, si ricorre a riformulazioni. È il caso di alcuni termini arabi legati alla religione e all’abbigliamento nel romanzo *Quello che abbiamo in testa* di Sumaya Abdel Qader (2019, 54) come l’abito della “salat” descritto come “una sorta di grande velo con

gonna che usiamo noi donne per pregare”. Inoltre, sono presenti altre lingue e varietà linguistiche, come l’inglese e il *pidgin-English*, che confermano l’esistenza di una realtà comunicativa globale caratterizzata da contatti linguistici e prestiti facilitati dai mass media. Questo fenomeno è particolarmente evidente nei dialoghi dei personaggi più giovani, in cui l’uso combinato di lingue straniere e linguaggi giovanili riproduce un’oralità simulata e riflette l’appartenenza generazionale. Tutte le parole sono in corsivo, ma solo i termini nelle lingue straniere potenzialmente meno familiari ai lettori italiani, come l’arabo, sono accompagnati da traduzioni e riformulazioni. Per esempio, nel romanzo *Quello che abbiamo in testa* di Sumaya Abdel Qader (2019, 55-56) si alternano linguaggi giovanili parlati dalle figlie adolescenti e frasi in arabo e inglese della madre, come “Mi firmi il *coso?* *Please?*” e “il nome *burkini* è una geniale operazione di *naming and marketing*”. Al contrario, nel romanzo *Addio, a domani* di Sabrina Efonayi (2022, 52) alcune frasi in *pidgin-English*, come “Yes, ma’am”, non sono riportate in corsivo né accompagnate da traduzioni o riformulazioni, lasciando ai lettori il compito di dedurre il loro significato dal contesto. La scrittrice stessa, in una nota, spiega: “In questo libro ho cercato di rendere i dialoghi in *pidgin-English* il più possibile vicini a come effettivamente viene parlata nella realtà questa lingua fra le persone nigeriane” (ivi, 18). A questa pluralità di lingue si aggiungono le varietà linguistiche dell’italiano, che confermano la storica diversità linguistica del Paese. Queste includono varietà regionali, espressioni popolari del registro familiare e dialetti. Per esempio, nel romanzo *Milano, fìn qui tutto bene* di Gabriella Kuruvilla (2012, 97) i personaggi provenienti da diverse regioni italiane si esprimono nei loro dialetti, ma nessuna parola o frase si indica in corsivo e raramente si includono traduzioni o riformulazioni, come nel caso di “el burg di sciugulatt: il borgo degli ortolani”.

A livello pragmatico-discorsivo, la lingua materna di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia, così come quella dei genitori stranieri di autrici e autori italiani, si manifesta attraverso rituali linguistici, come saluti ed espressioni idiomatiche (proverbi e modi di dire). Questi elementi non solo rivelano le specificità culturali dei personaggi, ma mostrano anche come l’uso e la

comprensione di certe formule possano variare da una cultura all'altra. La loro presenza, ben contestualizzata, consente ai lettori di coglierne il significato figurato senza ricorrere a spiegazioni esplicite. Allo stesso tempo, questi tratti favoriscono riflessioni interlinguistiche e interculturali, aprendo uno spazio di confronto tra lingue, tradizioni e identità. Per esempio, nel romanzo *La lingua di Ana* di Elvira Mujčić (2012, 62) la protagonista, un'adolescente moldava recentemente trasferitasi in Italia, ricorda con nostalgia espressioni della sua lingua materna, come “viata mea” e “puiul meu”. Sebbene i corrispettivi italiani “amore” e “tesoro” siano semanticamente simili, non evocano in lei le stesse emozioni. Analogamente, nel romanzo *Le stazioni della luna* di Cristina Ubah Ali Farah (2021, 44) la protagonista, nata da genitori italiani ma cresciuta in Somalia, riflette su alcune parole somale italianizzate in modo scorretto durante il periodo coloniale, come “ierò” (derivato da “yarow” in somalo). Questi termini non solo richiamano una memoria storica dolorosa, ma diventano anche oggetto di analisi linguistica, storica e culturale.

Infine, a livello metalinguistico, la presenza della lingua materna di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia, così come quella dei genitori stranieri di autrici e autori italiani, offre spunti di riflessione sul funzionamento dell'italiano e delle sue varietà, anche in un'ottica contrastiva, sulle caratteristiche di altre lingue e sull'interpretazione culturale di alcuni termini italiani. Per esempio, nel romanzo *Come diventare italiani in 24 ore. Il diario di un'aspirante italiana* di Laila Wadia (2010) la protagonista riflette sulla valenza culturale delle formule di cortesia italiane, confrontandole con quelle indiane, a partire dall'uso dei pronomi personali. Nel romanzo *Cassandra a Mogadiscio* di Igiaba Scego (2023, 64) la narratrice scrive alla nipote, che non conosce l'italiano, spiegandole come pronunciare il nome della squadra di calcio per cui tifa, la Roma, imitando l'accento romanesco ed enfatizzando la “g” nella parola “Maggica”.

Didattica plurilingue e letteratura italiana contemporanea nell'insegnamento dell'italiano a stranieri

Le politiche linguistiche europee degli ultimi decenni promuovono il potenziamento delle competenze plurilingui e interculturali degli studenti attraverso l'acquisizione di due o più lingue e la valorizzazione della diversità linguistica e culturale (Candelier *et al.* 2012; Beacco *et al.* 2016; Consiglio d'Europa 2018b, 2022). I nuovi descrittori del *Volume Complementare* (Consiglio d'Europa 2018a) incentivano lo sviluppo di queste competenze anche attraverso l'uso dei testi letterari. La "comprensione plurilingue" è descritta come "la capacità di usare la conoscenza e la competenza (anche parziale) in una o più lingue come leva per affrontare testi in altre lingue e quindi raggiungere lo scopo comunicativo" (Consiglio d'Europa, 2018b, 136). Questa competenza si sviluppa attraverso la disponibilità a lavorare con più lingue, l'uso di indizi e somiglianze interlinguistiche, il riconoscimento dei "falsi amici" e la raccolta di informazioni da fonti linguistiche diverse. La "mediazione a livello testuale", invece, implica "trasmettere il contenuto di un testo a persone che non vi accedono, spesso a causa di barriere linguistiche, culturali, semantiche o tecniche" (ivi, 102). Include anche l'analisi e l'interpretazione di testi creativi e letterari attraverso l'analisi critica e l'espressione di opinioni personali, favorendo la mediazione interlinguistica e il confronto tra prospettive linguistiche e culturali diverse.

I testi di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e italiani con background migratorio offrono l'opportunità di studiare la lingua e la cultura italiane da una prospettiva plurilingue e interculturale. Oltre a favorire l'acquisizione dell'italiano standard e la conoscenza della cultura italiana, consentono di approfondire fenomeni linguistici multilingui e stimolano la riflessione sulle loro implicazioni interculturali (Spaliviero 2022, 2023a).

Per dare risalto agli elementi multilingui, si possono progettare attività che includano le diverse lingue e varietà linguistiche dei testi e che al contempo valorizzino i repertori linguistici degli studenti attraverso gli approcci e le strategie della didattica plurilingue. Quest'ultima mira infatti a sviluppare competenze

linguistiche e comunicative in più lingue, accrescere la consapevolezza della diversità linguistica e stimolare la riflessione sui meccanismi linguistici sia all'interno di una singola lingua che tra lingue diverse (Beacco e Byram 2007; Jessner 2018; Cognigni 2020). In particolare, la didattica integrata delle lingue (DIL) stimola l'acquisizione della lingua obiettivo attraverso confronti sistematici con le lingue già conosciute dagli studenti sul piano lessicale, morfosintattico, sociolinguistico e pragmatico per favorire il trasferimento delle conoscenze e delle strategie di apprendimento linguistico (Hufeisen e Neuner 2004; Berger 2006; Rückl *et al.* 2013; Candelier e Manno 2023). Il *Pedagogical Translanguaging* (PT), invece, promuove l'uso attivo dell'intero repertorio linguistico degli studenti per svolgere attività collaborative che includono l'uso di materiali multilingui e multimodali, nonché specifiche strategie didattiche come letture e presentazioni multilingui, scrittura creativa in più lingue e revisioni di traduzioni con gli studenti nel ruolo di esperti linguistici (García e Kleyn 2016; Carbonara e Scibetta 2020; Cenoz e Gorter 2021).

La didattica plurilingue, attraverso approcci come la DIL e il PT, può essere applicata ai testi di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e italiani con background migratorio a partire dai vari livelli in cui si manifesta il multilinguismo (Kiemle 2011). A livello morfosintattico, si può chiedere agli studenti di identificare i fenomeni di contatto con le lingue materne dei personaggi, osservando come sono rappresentate ortograficamente le pronunce scorrette di alcune parole o frasi. Inoltre, si può stimolare l'individuazione di scambi e omissioni di elementi sintattici e chiedere agli studenti di correggere i testi. Questa attività offre anche l'opportunità di riflettere sul proprio processo di acquisizione dell'italiano, individuare gli errori morfosintattici più frequenti e analizzare le possibili interferenze derivanti dalla lingua materna o da altre lingue conosciute. Come ulteriore supporto, si possono creare schemi comparativi tra le lingue e le varietà linguistiche presenti nei testi e in classe, da aggiornare regolarmente. A livello lessicale, si possono proporre attività di confronto tra l'italiano, le lingue e le varietà linguistiche presenti nei testi e in classe al fine di evidenziare somiglianze e differenze. I glossari bilingui, già presenti nei testi, possono essere ampliati in una prospettiva plurilingue o creati ex novo,

attingendo all'intero repertorio linguistico degli studenti, con l'aggiunta di immagini per coinvolgere più codici. Si può anche stimolare la riflessione su termini culturalmente intraducibili, invitando gli studenti a indagarne il significato e a cercare termini simili nelle lingue conosciute, chiarendone poi il senso in italiano. Gli studenti possono anche ampliare i glossari, includendo parole nelle lingue e varietà linguistiche dei testi (come l'inglese e il *pidgin English*), coinvolgendo le famiglie come risorsa linguistica e aggiornando il lessico dei linguaggi giovanili, assumendo il ruolo di esperti linguistici. Per quanto riguarda l'italiano e le sue varietà linguistiche, si può orientare l'attenzione degli studenti verso regionalismi, dialetti, registri diversi e linguaggi giovanili per riflettere sul loro significato e uso. Ulteriori attività possono stimolare il loro reimpiego in situazioni comunicative diverse. A livello pragmatico-discorsivo, si possono guidare gli studenti a individuare i rituali linguistici e le espressioni idiomatiche nella lingua materna di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e dei genitori stranieri di autrici e autori italiani, analizzare il loro significato culturale e confrontare i corrispettivi italiani e in altre lingue conosciute. Si possono anche mettere a confronto le convenzioni sociolinguistiche e pragmatiche per riutilizzarle in attività di scrittura creativa multilingue. Infine, a livello metalinguistico, gli studenti possono essere guidati in modo esplicito a riflettere sul funzionamento dell'italiano e delle sue varietà in un'ottica contrastiva rispetto a tutte le lingue presenti nei testi e in classe. Se disponibili, si possono utilizzare materiali audiovisivi multilingui collegati ai testi, come canzoni, film e serie TV, introducendoli prima della lettura per facilitare l'approccio ai testi, dopo la lettura per approfondire i contenuti letterari o parallelamente alla lettura per un confronto equilibrato tra le risorse. Un esempio è la quarta stagione della serie TV *Skam Italia* in cui, con la consulenza di Sumaya Abdel Qader, sono inclusi riferimenti e citazioni intertestuali ai suoi romanzi (Spaliviero 2023a).

Ad oggi, il multilinguismo presente nei testi di scrittrici e scrittori stranieri immigrati in Italia e italiani con background migratorio è stato oggetto di numerosi studi nell'ambito della letteratura comparata e della linguistica (Camilotti e Zangrando 2010; Kiemle 2011; Groppaldi 2012, 2015; Negro 2015; Quaquarelli

2015; Cartago 2017, 2019; De Lucia 2017; Comberiati e Pisanelli 2017; Buroni 2019; Ferrari 2020, 2022; Comberiati e Mengozzi 2022; De Rogatis 2023). Ulteriori ricerche hanno esplorato le potenzialità didattiche di questi testi nell'insegnamento dell'italiano a stranieri o in contesti scolastici multilingui e multiculturali, attraverso la progettazione di attività e sperimentazioni (Cuconato 2017; Camilotti e Civai 2018; Bartoli Kucher 2019; Zannoni e Sirotti 2019; Pinoia 2021; Spaliviero 2022, 2023a). Per esempio, Camilotti e Civai (2018) hanno raccolto testi scritti da studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado della regione Veneto per il concorso letterario "Straniero a chi? Scriviamo le migrazioni", centrato sui temi dell'alterità, del viaggio e della solidarietà, prendendo ispirazione dai testi di Milton Fernández, Pap Khouma, Kossi Komla-Ebri, Elvira Mujčić, Yvan Sagnet e Igiaba Scego. Tuttavia, gli studi sugli effetti dell'utilizzo di questi testi nella didattica dell'italiano LS sono scarsi. Bartoli Kucher (2020) ha presentato i risultati positivi di una sperimentazione basata sull'uso del romanzo *Amiche per la pelle* di Laila Wadia (2007) e del suo adattamento cinematografico *Babylon Sisters* (Roccati 2017) in un corso per docenti in formazione presso l'Università di Graz. Analogamente, Martari (2021) ha indagato l'uso di testi di autori non nativi come strumento di sensibilizzazione interculturale nelle pratiche didattiche di un gruppo di insegnanti di scuola primaria in Italia. Questo studio è stato condotto a seguito di una formazione su questi temi, svolta con un approccio multimodale. Tuttavia, mancano ricerche empiriche sulle percezioni di docenti e studenti rispetto all'uso di questi testi in contesti diversi, come quello argentino, che potrebbero rivelarsi particolarmente ricettivi ai temi trattati in quanto multilingui e accomunati da esperienze storiche di migrazione.

L'insegnamento dell'italiano LS in Argentina

L'Argentina è un Paese fortemente multilingue e multiculturale. Oltre allo spagnolo, convivono lingue europee come l'italiano e il tedesco, legate alle storiche

ondate migratorie, lingue indigene come il *guaraní* e il *quechua*, *pidgin* e varietà come il *lunfardo* e il *rioplatense* e lingue di più recente immigrazione come il cinese e l'arabo.

In questo contesto, l'insegnamento della lingua e della cultura italiane vanta una lunga e consolidata tradizione. Secondo il rapporto più recente sulla diffusione della lingua italiana nel mondo (MAECI 2019), l'Argentina è il primo Paese in Sudamerica e il sesto a livello globale per numero di studenti di italiano. Questo risultato si deve alle intense ondate migratorie iniziate nella seconda metà dell'Ottocento, che hanno portato circa 3 milioni di italiani a emigrare in Argentina (Arreghini 2006; Vianello 2006; Bagna 2012; Vedovelli 2012; Pipino e Cassandro 2020). Tra il 1878 e il 1925, l'arrivo massiccio di 2,5 milioni di italiani ha dato vita a quella che è stata definita un'"alluvione migratoria" e una "società alluvionale" (Pipino e Cassandro 2020; Regazzoni 2022). Nel 1914, gli italiani rappresentavano l'11,7% della popolazione argentina, configurandosi come la comunità straniera più numerosa (Blengino 2003). Oggi si stima che circa metà della popolazione argentina abbia discendenze italiane, costituendo la comunità di origine europea più ampia del Paese (Regazzoni 2022). Inizialmente, l'insegnamento dell'italiano era uno strumento di alfabetizzazione per gli emigrati stessi, spesso poco scolarizzati e parlanti dialetti, varietà regionali e popolari dell'italiano (Vedovelli 2012). Già all'inizio del Novecento, l'italiano è introdotto nelle scuole secondarie, sebbene la sua presenza oscillasse tra materia obbligatoria e opzionale per tutta la prima metà del secolo (Patat 2004). Negli anni Settanta, con la Legge n.153/1971, il governo italiano ha iniziato a promuovere corsi di lingua e cultura italiane per gli emigrati e i loro congiunti, aperti a tutte le fasce d'età (Patat 2004). Negli anni Novanta, il Decreto Legislativo 297/1994 ha reintrodotta l'italiano nelle scuole secondarie con lo stesso status delle altre lingue e lo ha reso obbligatorio nelle scuole primarie. Questo lo ha trasformato da lingua di emigrazione a lingua di cultura, studiata non più come lingua etnica dai soli apprendenti di origine italiana, ma come lingua straniera da una platea più ampia di studenti (Vedovelli 2012). Attualmente, l'italiano è la seconda lingua più studiata in Argentina dopo l'inglese, per ragioni storiche (recupero delle radici familiari), culturali (prestigio associato alla cultura italiana) ed

economiche (utilità nel mercato del lavoro) (Arreghini 2006; Vedovelli 2012; Balboni 2017; Regazzoni 2022). Inoltre, come osserva Nora Sforza, vicepresidente dell'Associazione di docenti e ricercatori di lingua e cultura italiane in Argentina, molti argentini oggi studiano l'italiano anche con l'obiettivo di un'eventuale emigrazione di ritorno per migliorare le proprie prospettive professionali (Spaliviero 2023b).

In Argentina, diverse istituzioni dello SFIM contribuiscono alla promozione e alla diffusione dell'italiano, tra cui scuole, lettori, Istituti Italiani di Cultura (Buenos Aires e Córdoba), enti gestori e associazioni culturali (Fratacarcangeli e Guidi 2024). Un ruolo cruciale è svolto dalla Società Dante Alighieri, ente morale no-profit che collabora con il governo italiano per organizzare corsi di lingua e cultura italiane per studenti di ogni età e livello, oltre a eventi culturali come cicli cinematografici, mostre d'arte e incontri con autrici e autori italiani. In Argentina, la Società Dante Alighieri rappresenta un'istituzione storica: il primo comitato, fondato a Buenos Aires nel 1896, è la sede più antica fuori dall'Italia (Patat 2004). Oggi, con circa 130 sedi sul territorio argentino, accoglie il 27% degli studenti di italiano nel Paese (MAECI 2019). Per questo, già vent'anni fa, Patat (2004, 183) scriveva:

La presenza capillare delle Dante Alighieri in Argentina, nonostante la realtà eterogenea dei comitati, è un'occasione irrinunciabile per la messa in atto di progetti specifici per l'Argentina. Per le sue imponenti dimensioni, la rete argentina dovrebbe trasformarsi in un territorio dove sperimentare nuove ricerche glottodidattiche e dove mettere alla prova esperienze pilota d'insegnamento da applicare in un secondo tempo ad altre realtà.

La ricerca

La ricerca si propone di esplorare le percezioni di un gruppo di docenti e studenti di italiano LS della Società Dante Alighieri in Argentina sull'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio. Gli obiettivi specifici sono: analizzare le convinzioni, i bisogni formativi e le pratiche didattiche dei docenti relativi all'uso di questi approcci e risorse; valutare l'impatto di

un corso di formazione su questi aspetti; comprendere le percezioni degli studenti sulle attività multilingui proposte dai docenti.

Le domande di ricerca che guidano lo studio sono:

- 1) Quali sono le percezioni dei docenti sull'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio? In particolare, come cambiano le loro convinzioni, i bisogni formativi e le pratiche didattiche durante il corso di formazione?
- 2) Quali sono le percezioni degli studenti sulle attività plurilingui dei docenti?

Il contesto della ricerca

La ricerca è stata condotta nel contesto di un corso di formazione online sulla didattica plurilingue, rivolto a docenti in servizio presso la Società Dante Alighieri in Argentina e focalizzato anche sui testi di scrittrici italiane con background migratorio.

Il corso, svoltosi tra aprile e ottobre 2023, è stato progettato e condotto dalla ricercatrice nel ruolo di tutor. Il programma comprendeva tre lezioni sincrone e cinque moduli asincroni. Le lezioni sincrone, svolte all'inizio, a metà e alla fine del corso, hanno introdotto i contenuti e gli obiettivi del corso (Lezione 1); presentato le caratteristiche e gli strumenti della ricerca-azione, fornendo ai docenti indicazioni operative per la raccolta dati (Lezione 2); favorito il confronto tra i partecipanti, stimolando la condivisione dei risultati e la riflessione sulle pratiche didattiche future (Lezione 3). I moduli asincroni, ciascuno della durata di un mese, hanno trattato le teorie e gli approcci della didattica plurilingue con particolare attenzione alla DIL e al PT (Modulo 1); lo sviluppo della comprensione plurilingue attraverso l'uso di materiali autentici (Modulo 2); lo sviluppo della produzione plurilingue mediante l'uso di risorse digitali (Modulo 3); la progettazione (Modulo 4) e la sperimentazione (Modulo 5) di Unità di Acquisizione (UdA, Balboni 2014) plurilingui basate sulla DIL, sul PT e su una selezione di frammenti di testi di scrittrici come Sumaya Abdel Qader, Gabriella Kuruvilla ed Espérance Hakuzwimana.

In particolare, nel Modulo 2 i docenti hanno approfondito le potenzialità plurilingui dei testi di scrittrici italiane con background migratorio, scoperto le principali strategie di apprendimento linguistico per la comprensione plurilingue, analizzato attività plurilingue basate su questi testi prodotte dalla ricercatrice (si veda un esempio in Appendice) e creato nuove attività di comprensione plurilingue su altri frammenti letterari. Durante i Moduli 4 e 5, i docenti hanno progettato e sperimentato le loro Uda plurilingue nelle classi, documentando l'esperienza attraverso la raccolta di riflessioni dai propri diari e di feedback degli studenti.

I partecipanti

Un totale di 19 docenti in servizio presso cinque diversi comitati della Società Dante Alighieri in Argentina si sono iscritti volontariamente al corso di formazione. Di questi, 10 hanno completato con successo tutte le attività previste dal corso.

Come mostrato nella Figura 1, la maggioranza dei docenti è di genere femminile (89%) e ha un'età compresa tra i 31 e i 40 anni (37%). Sebbene più della metà (63%) possieda una formazione specifica sulla didattica dell'italiano LS, solo una piccola percentuale (16%) ha esperienza nella didattica plurilingue. Molti insegnano italiano da 1 a 5 anni (32%) e da 16 a 20 anni (32%) e sono di nazionalità argentina (47%). La lingua materna prevalente è lo spagnolo (63%), seguita dall'italiano (37%), dall'inglese (5%) e dal tedesco (5%). I docenti conoscono molte altre lingue e varietà linguistiche, tra cui l'italiano (84%), lo spagnolo (74%), l'inglese (68%), il portoghese (47%), il francese (32%) e il tedesco (21%). Una percentuale minore sa lo svedese e l'ebraico (11%), il giapponese, il friulano e i dialetti bergamasco e conversanese (5%).

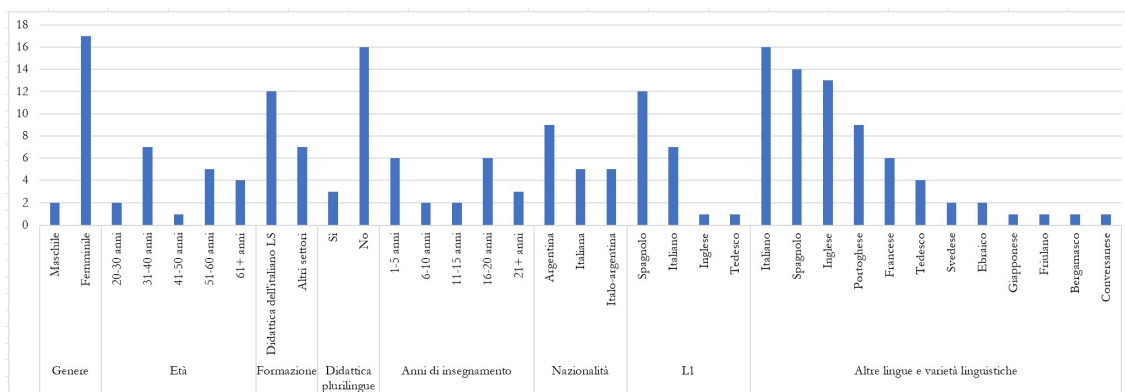


Figura 1. I profili dei docenti

Come si può osservare nella Figura 2, i docenti insegnano prevalentemente a studenti di età compresa tra i 31 e i 50 anni (100%), di livello A2 (89%) e A1 (79%). Le lingue materne degli studenti sono lo spagnolo (95%), il portoghese (26%), l'inglese (21%), il tedesco (16%), l'italiano (11%), il francese (11%) e l'ucraino (5%). Gli studenti parlano anche altre lingue e varietà linguistiche, tra cui l'inglese (95%), il portoghese (89%), lo spagnolo (84%), il francese (74%), l'italiano (68%) e il tedesco (47%). In misura minore, conoscono il cinese (11%), il russo, il singalese e alcuni dialetti italiani trasmessi in famiglia (5%).

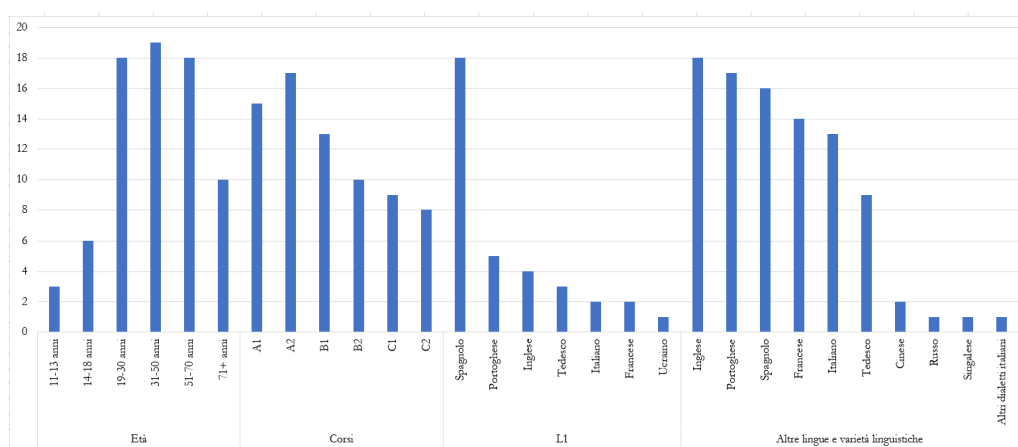


Figura 2. I profili degli studenti

I docenti hanno sperimentato le Uda plurilingui con un totale di 40 studenti di età e livelli di competenza linguistica diversificati (dai 18 ai 70 anni e dall'A1 al C1,

con una prevalenza di livelli B1/B2) e con prenoscenze linguistiche variate (italiano, spagnolo, inglese, francese, portoghese, singalese e diversi dialetti italiani).

Queste informazioni sono state raccolte dai docenti tramite i questionari di iscrizione al corso e attraverso la descrizione delle UdA plurilingui. All'inizio del corso sono stati presentati gli obiettivi e la metodologia della ricerca e si è ottenuto il consenso informato per la raccolta e l'uso dei dati (Creswell e Creswell 2023).

La metodologia della ricerca

La ricerca ha adottato un approccio misto (Cohen *et al.* 2017; Creswell e Plano Clark 2018; Creswell e Creswell 2023), privilegiando la raccolta di dati qualitativi, con un'integrazione limitata di dati quantitativi, per esplorare le percezioni dei docenti coinvolti nel corso di formazione e degli studenti partecipanti alla sperimentazione.

La ricerca ha seguito il disegno dello studio di caso multiplo e longitudinale (Menard 2002; Yin 2018). La raccolta dei dati nei cinque studi di caso, corrispondenti ai cinque comitati, è avvenuta in vari momenti del corso di formazione (Dörnyei 2007; Kubanyiova 2012; Borg 2018). È stata inoltre inclusa una fase di ricerca-azione, che ha caratterizzato la progettazione e la sperimentazione delle UdA plurilingui da parte dei docenti in contesti didattici autentici (Moduli 4 e 5) (Losito e Pozzo 2005; Burns 2009; Cohen *et al.* 2017). I docenti hanno raccolto dati attraverso le proprie riflessioni personali e i feedback degli studenti e hanno riflettuto sui risultati insieme alla ricercatrice e agli altri partecipanti. La ricerca-azione non solo ha permesso ai docenti di valutare l'efficacia dell'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio nel proprio contesto didattico, ma ha anche fornito loro strumenti di ricerca per condurre analisi in modo autonomo e critico.

Gli strumenti usati per la raccolta dei dati sono stati:

- Questionari pre- e post-formazione: Prima e dopo il corso, i docenti hanno completato lo stesso questionario composto da domande a risposta chiusa (scale Likert) per esplorare i cambiamenti nelle loro convinzioni, nei bisogni

formativi e nelle pratiche didattiche relative all'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio in prospettiva plurilingue (Dörnyei 2007). 19 docenti hanno completato il questionario pre-formazione, mentre 10 hanno risposto a quello post-formazione.

- **Diari dei docenti:** Alla fine dei Moduli 2 e 5, i docenti hanno riflettuto per iscritto sull'evoluzione delle loro convinzioni, dei bisogni formativi e delle pratiche didattiche relative all'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio in prospettiva plurilingue (Richards e Farrell 2005). 10 docenti hanno scritto il primo diario, mentre 9 hanno completato il secondo.
- **Diario della ricercatrice:** La ricercatrice ha raccolto annotazioni sul percorso di formazione dei docenti in un diario, sintetizzando le riflessioni pubblicate dai partecipanti sulla piattaforma del corso, per offrire un'ulteriore prospettiva sull'impatto della formazione (Altrichter e Holly 2005).
- **Questionari degli studenti:** 40 studenti hanno fornito feedback anonimi sulle UdA plurilingui dei docenti. Il questionario includeva sia domande a risposta chiusa (scale Likert) sia domande a risposta aperta per raccogliere opinioni dettagliate sulla sperimentazione (Dörnyei 2007).

L'analisi dei dati

I dati qualitativi, provenienti dai diari dei docenti, dal diario della ricercatrice e dalle risposte aperte dei questionari degli studenti, sono stati trascritti e importati nel software *NVivo 12*. L'analisi tematica è iniziata con una lettura approfondita e ripetuta dei dati, per acquisire familiarità con le idee espresse, ed è proseguita con la segmentazione dei dati in codici rappresentativi di unità descrittive significative (Braun e Clarke 2012). Molti codici sono emersi in modo induttivo, come “riflessione sulle proprie radici”. Altri codici, invece, sono derivati dalla letteratura esistente sul multilinguismo nella letteratura italiana contemporanea e sulla didattica plurilingue, come “incontro con la diversità” e “molteplicità di lingue e varietà

linguistiche”. Nella fase finale, i codici sono stati raggruppati in un numero ridotto di temi più ampi che hanno sintetizzato i principali risultati (Creswell e Creswell 2023). L’analisi tematica è stata supportata da rappresentazioni visive dei dati tramite tabelle e da citazioni dirette dei partecipanti. In alcuni casi, le citazioni degli studenti, originariamente in spagnolo, sono state tradotte in italiano dalla ricercatrice.

I dati quantitativi, ottenuti dalle risposte chiuse dei questionari pre- e post-formazione dei docenti e dai questionari degli studenti, sono stati analizzati mediante procedure statistiche descrittive. Questi dati sono stati esportati in un foglio di calcolo Excel, codificati e rappresentati visivamente tramite grafici per facilitare l’interpretazione dei risultati (Dörnyei 2007).

I risultati

Per rispondere alla prima domanda di ricerca, “Quali sono le percezioni dei docenti sull’uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio?”, sono stati analizzati i dati provenienti dai questionari pre- e post-formazione, dai diari dei docenti e dal diario della ricercatrice. Per rispondere alla seconda domanda di ricerca, “Quali sono le percezioni degli studenti sulle attività plurilingui dei docenti?”, sono stati analizzati i dati raccolti attraverso i questionari degli studenti.

Le percezioni dei docenti

Questionari pre- e post-formazione

Nella Figura 3 si mostrano le convinzioni dei docenti riguardo alle potenzialità dei testi di scrittrici italiane con background migratorio nel coinvolgere l’intero repertorio linguistico degli studenti. I livelli di accordo sono categorizzati su una scala da 1 (“Fortemente in disaccordo”) a 4 (“Fortemente d’accordo”). Sia prima che dopo il corso, la maggior parte dei docenti esprime un forte accordo sul fatto che questi testi possano favorire l’uso delle lingue conosciute dagli studenti. In

particolare, si registra un aumento significativo del livello di forte accordo, che passa dal 42% pre-formazione al 70% post-formazione, con nessun docente che esprime un forte disaccordo in entrambe le fasi. Prima del corso, il 37% dei docenti si dichiara moderatamente d'accordo, mentre il 21% esprime disaccordo. Dopo il corso, la percentuale di docenti fortemente d'accordo cresce, accompagnata da una diminuzione sia dell'accordo moderato (20%) che del disaccordo (10%).

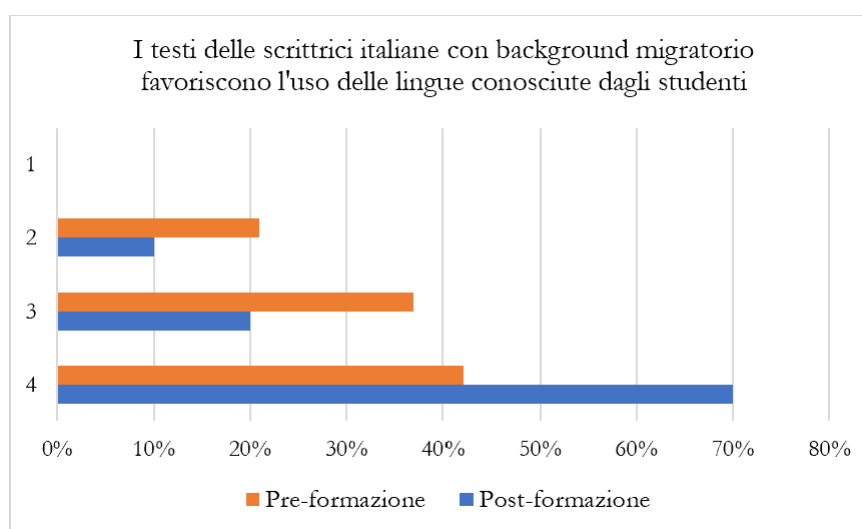


Figura 3. Le convinzioni dei docenti

Nella Figura 4 si presenta l'autovalutazione dei docenti riguardo alla loro capacità di utilizzare i testi di scrittrici italiane con background migratorio per valorizzare le preconoscenze linguistiche degli studenti. Le competenze autovalutate sono espresse su una scala da 1 ("Non lo so fare") a 4 ("Lo so fare molto bene"). Prima del corso, molti docenti (48%) dichiarano di possedere una capacità limitata nell'uso di questi testi in prospettiva plurilingue. Inoltre, il 26% ritiene di non essere in grado di utilizzare queste risorse, mentre il 21% afferma di poterle proporre solo parzialmente. Solo il 5% si dichiara molto sicuro delle proprie competenze in questo ambito. Dopo il corso, tutte le categorie mostrano un netto miglioramento. Solo il 10% dei docenti continua a non sentirsi in grado di utilizzare questi testi, mentre la maggioranza (60%) si sente moderatamente sicura. Inoltre, il 30% dei docenti

dichiara di sentirsi molto sicuro nelle proprie capacità di utilizzare queste risorse in modo efficace e nessun docente riporta una capacità limitata.

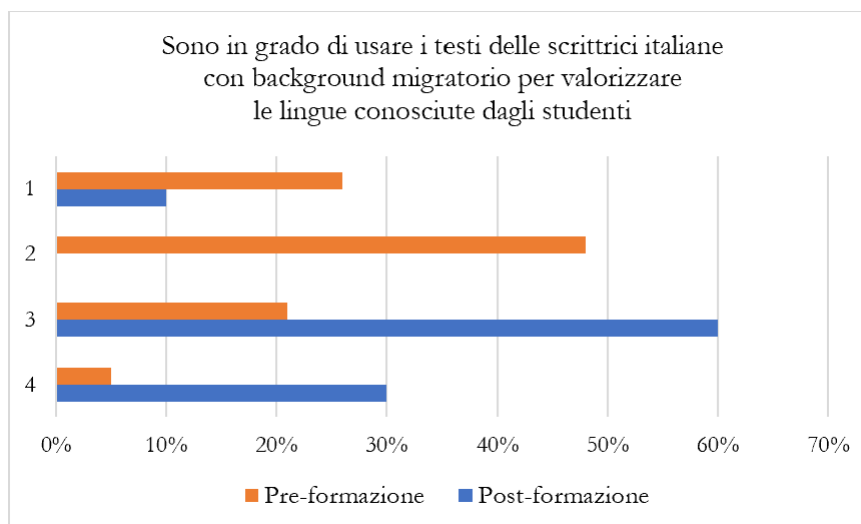


Figura 4. L'autovalutazione delle competenze da parte dei docenti

Nella Figura 5 si mostrano le pratiche didattiche presenti e future dei docenti relative all'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio per coinvolgere l'intero repertorio linguistico degli studenti. I livelli di frequenza sono misurati su una scala da 1 ("Mai/quasi mai") a 4 ("Sempre/quasi sempre"). Prima del corso, la maggior parte dei docenti dichiara un uso limitato di questi testi. Il 37% non li propone mai o quasi mai, il 32% li introduce solo occasionalmente, il 21% li utilizza spesso e appena il 10% li propone sempre o quasi sempre. Dopo il corso, si osserva un cambiamento verso una maggiore frequenza d'uso. Il 40% dei docenti esprime l'intenzione di usare questi testi spesso, mentre il 30% prevede di proporli occasionalmente, sempre o quasi sempre. Nessun docente intende usarli mai o quasi mai.

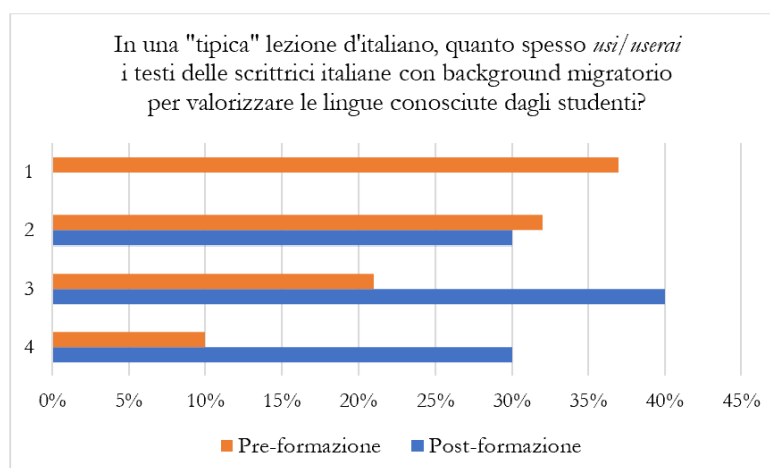


Figura 5. Le pratiche didattiche dei docenti

Diari dei docenti - Modulo 2

Nei diari scritti alla fine del Modulo 2, i docenti esprimono le proprie percezioni riguardo alle conoscenze e alle competenze acquisite sull'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio in prospettiva plurilingue. La Tabella 1 riassume i temi, i codici e il numero di occorrenze emersi dall'analisi. Molti codici si possono relazionare allo stesso docente, poiché spesso le risposte affrontano più aspetti contemporaneamente.

All'inizio del Modulo 2, alcuni docenti (30%) hanno un'idea generale della didattica plurilingue, mentre altri (20%) dichiarano di non possedere alcuna conoscenza pregressa sull'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio in prospettiva plurilingue. Alcuni docenti (20%) conoscono le tecniche e le strategie di comprensione, come il riassunto e l'autovalutazione, ma solo in prospettiva monolingue. Altri ancora (20%) hanno familiarità con i testi di alcune scrittrici italiane con background migratorio. Una piccola percentuale (10%) si sente aggiornata sul tema dell'immigrazione italiana da una prospettiva storico-politica o indica, in modo vago, di conoscere parte dei contenuti del modulo.

Temi	Codici	N. di occorrenze
Preconoscenze	Idea generale di didattica plurilingue	3
	Assenza di preconoscenze	2
	Tecniche e strategie per la comprensione	2

	monolingue	
	Alcune scrittrici italiane con background migratorio	2
	Immigrazione italiana	1
Nuove conoscenze	Tecniche e strategie per la comprensione plurilingue	6
	Tutti i contenuti	3
	Il multilinguismo nei testi di scrittrici italiane con background migratorio	1
Bisogni formativi	Nuovi approcci e risorse	6
	Uso di testi multilingui	3
	Applicazione pratica dei contenuti teorici	3
	Progettazione di attività didattiche	2
Difficoltà	Assenza di difficoltà significative	7
	Uso delle nuove tecniche e strategie plurilingui	1
	Identificazione delle fasi dell'UdA	1
	Tempi di consegna delle attività	1
Risultati di apprendimento	Approcci innovativi	5
	Contenuti attuali e rilevanti	4
	Capacità di progettare attività plurilingui su testi autentici	3

Tabella 1. Temi, codici e numero di occorrenze nei diari del Modulo 2

Alla fine del Modulo 2, la maggior parte dei docenti (60%) ritiene di aver ampliato le proprie conoscenze sulle tecniche e sulle strategie di comprensione plurilingue. D7 e D8 affermano: “Senza altro ho imparato diverse tecniche per mettere in moto l'utilizzo delle varie lingue presenti in un determinato gruppo di allievi”, “Ho scoperto nuove strategie sulla didattica plurilingue e come portarle dalla teoria alla pratica nel contesto dell'italiano in Argentina”. Il 30% dei docenti considera tutti i contenuti del modulo come nuove conoscenze, mentre una percentuale inferiore (10%) dichiara di aver scoperto il multilinguismo nei testi di scrittrici italiane con background migratorio.

La maggioranza dei docenti (60%) giudica tutti i contenuti del Modulo 2 utili e rilevanti per i propri interessi, evidenziando l'importanza di conoscere nuovi approcci e risorse per l'insegnamento dell'italiano LS. Inoltre, il 30% apprezza l'opportunità di aver utilizzato testi multilingui. A questo proposito, D4 e D5

scrivono: “Mi è sembrato tutto utile perché è la prima volta che lavoro con materiale multilingue”, “Tutte le proposte sono state interessanti perché non avevo mai partecipato a un’esperienza di formazione plurilingue”. Un ulteriore 30% valuta positivamente la possibilità di applicare le nozioni teoriche sul piano operativo. D9 dichiara: “Ho trovato di grande interesse la sfida di creare delle attività sui testi. Quando la teoria non si applica alla pratica, le conoscenze non si fissano – almeno nel mio caso”. Infine, il 20% dei docenti ritiene particolarmente utile aver progettato delle attività didattiche pronte per essere portate in classe.

Per quanto riguarda le difficoltà incontrate, la maggior parte dei docenti (70%) riferisce di non aver riscontrato problematiche significative durante il modulo. Tuttavia, alcuni docenti segnalano delle difficoltà legate all’uso corretto delle nuove tecniche e strategie di comprensione plurilingue (10%), all’identificazione di alcune fasi dell’UdA (10%) e al rispetto dei tempi di consegna delle attività (10%).

Tutti i docenti si ritengono soddisfatti dei risultati di apprendimento ottenuti, percependo un arricchimento delle proprie conoscenze e competenze didattiche. In particolare, il 50% afferma di aver acquisito approcci innovativi da implementare nelle classi multilingui. D4 sottolinea: “In un mondo ogni giorno più globalizzato, la didattica plurilingue è lo strumento più efficace per l’incontro tra le diverse culture”. Inoltre, il 40% dei docenti apprezza la possibilità di integrare contenuti attuali per rinnovare i temi da proporre agli studenti. D2 scrive: “Come attiva lettrice, negli ultimi anni ho scoperto molti autori e soprattutto tante autrici straniere. Trovo che questo corso mi “alleni” per poter inserire un approccio alla letteratura contemporanea italiana e alcuni titoli di grande attualità per l’insegnamento della lingua”. Infine, il 30% si dichiara soddisfatto di aver progettato delle attività plurilingui basate su testi autentici, che intende continuare a sperimentare nei propri corsi.

Diario della ricercatrice

Durante il Modulo 2, la sottoscritta annota diverse considerazioni dei docenti, che riflettono l’evoluzione nelle loro convinzioni e pratiche didattiche riguardo

all'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio in prospettiva plurilingue.

Nell'esaminare le potenzialità glottodidattiche di questi testi, i docenti evidenziano vari aspetti. Innanzitutto, sottolineano il ruolo dei testi nell'ampliare le competenze lessicali plurilingui e nel facilitare la comprensione e la memorizzazione di nuovi vocaboli grazie al loro inserimento in strutture narrative coese. Al riguardo, i docenti scrivono: "Attraverso la presenza di parole e frasi in diverse lingue, gli studenti possono imparare nuovi termini sia in italiano che in altre lingue, sviluppando una comprensione più profonda dei legami tra le lingue", "L'introduzione di termini in altre lingue, nel contesto narrativo, permette a chi legge di decodificarne il significato, anche figurato, senza la necessità di una spiegazione esaustiva, favorendo così la memorizzazione". Inoltre, i docenti apprezzano l'opportunità di aumentare la consapevolezza degli studenti riguardo al legame tra lingua e cultura. Un docente osserva: "Questi testi possono essere usati per ampliare l'orizzonte culturale, facendo conoscere nuove parole in altre lingue e i concetti culturali che queste rappresentano. Termini legati a religione, cibo o abbigliamento appartengono a una specifica cultura e possono non trovare corrispondenza in altre. Questo confronto permette di esplorare sia affinità che differenze culturali". Infine, i docenti riconoscono la capacità di questi testi di stimolare riflessioni metalinguistiche e interlinguistiche. Un docente commenta: "Credo che la lettura di questi testi possa essere proposta come occasione di riflessione in classe sul concetto di multilinguismo e sull'importanza dello studio delle lingue straniere".

In merito all'analisi delle attività didattiche preesistenti, i docenti concordano che la didattica plurilingue non richiede una trasformazione radicale, ma un adattamento delle tecniche già in uso. Un docente afferma: "Non si tratta di 'rivoluzionare' la didattica, ma piuttosto di adattare le tecniche e le strategie che si utilizzano già in un'ottica plurilingue". Alcuni docenti rivalutano l'uso di certe tecniche riconoscendone il potenziale didattico in prospettiva plurilingue, come la traduzione su cui scrivono: "Mi sembra un'ottima risorsa, sia partendo dalla lingua

madre degli studenti, sia utilizzando altre lingue. È molto efficace per fissare concetti, che risultano più chiari se confrontati fra varie lingue, anche se non sempre si trova una corrispondenza perfetta”. In generale, i docenti riconoscono le potenzialità della didattica plurilingue, confrontandola con approcci precedentemente adottati. Un docente commenta: “Fino a pochi anni fa era quasi proibito usare la lingua madre o altre lingue nelle lezioni di lingua straniera. Ricordo che era quasi un tabù parlarne. Ora per fortuna ne viene rivalutato l’uso”.

Sebbene la sperimentazione fosse prevista nel Modulo 5, dopo aver progettato nuove attività focalizzate sulla comprensione plurilingue, due docenti decidono di proporle immediatamente ai propri studenti. Uno di loro riporta un episodio particolarmente significativo: “Voglio condividere un’esperienza stupenda che mi è capitata questa settimana. Ho lavorato con il materiale fornito nel corso su cui avevo creato delle attività e ho ottenuto un riscontro assolutamente positivo e arricchente. Alla fine della lettura e analisi del frammento in plenaria, gli studenti hanno condiviso le loro parole dell’infanzia, canzoni e luoghi legati alle radici. Si sono, ci siamo, emozionati molto!”.

Diari dei docenti - Modulo 5

Nei diari scritti alla fine del Modulo 5, i docenti esprimono le proprie percezioni riguardo al contributo dei testi di scrittrici italiane con background migratorio alla sperimentazione delle UdA plurilingui. La Tabella 2 sintetizza i temi, i codici e il numero di occorrenze emersi dall’analisi. Anche in questo caso, più codici possono essere associati allo stesso docente.

La maggior parte dei docenti (78%) ritiene che i testi abbiano favorito un coinvolgimento emotivo degli studenti, che si sono immedesimati sia nei personaggi che nelle visioni del mondo espresse dalle scrittrici. Questo processo ha spesso portato gli studenti a riflettere sulle proprie radici, legate a esperienze personali o familiari di migrazione.

Temi	Codici	N. di occorrenze
Coinvolgimento	Immedesimazione nei personaggi	4

emotivo	Riflessione sulle proprie radici	2
	Immedesimazione nelle scrittrici	1
Stimolo per il dibattito	Tema dell'identità	2
	Incontro con la diversità	2
	Condivisione della storia personale e familiare	2
Contenuti attuali	Società italiana multilingue e multiculturale	2
	Immigrazione italiana	1
	Biografie delle scrittrici	1
Risorsa multilingue e interculturale	Molteplicità di lingue e varietà linguistiche	2
	Molteplicità di prospettive culturali	2
Contributo limitato	Scarsa predisposizione per il genere narrativo	1

Tabella 2. Temi, codici e numero di occorrenze nei diari del Modulo 5

Inoltre, il 67% dei docenti dichiara che l'utilizzo di questi testi ha stimolato dibattiti su questioni legate all'identità e all'incontro con la diversità. Questi confronti hanno toccato non solo i personaggi e le scrittrici, ma anche le storie personali degli studenti e delle loro famiglie, incentivando l'esplorazione delle radici linguistiche e culturali. D6 e D10 affermano: "A partire dal testo, gli studenti hanno manifestato il desiderio di fare ricerche per approfondire la storia della propria famiglia", "Il testo ha dato un contributo positivo perché ha suscitato molte domande, incoraggiando gli studenti a raccontare le proprie esperienze culturali".

Inoltre, il 44% dei docenti nota un forte interesse degli studenti per i contenuti attuali offerti dai testi, relativi alla società italiana multilingue e multiculturale, all'immigrazione italiana e alle biografie delle scrittrici. Alcuni docenti si dichiarano sorpresi dall'entusiasmo manifestato dagli studenti, che ha superato le aspettative iniziali. D1 e D3 commentano: "Sono rimasta veramente sorpresa dalla ricettività degli alunni. Non pensavo che l'argomento potesse essere così motivante per i giovani. Invece, si sono mostrati molto interessati", "Il testo ha offerto agli studenti l'opportunità di esplorare il panorama attuale dell'immigrazione in Italia da una prospettiva autentica e stimolante".

Un ulteriore 44% riconosce il valore dei testi come risorsa multilingue e interculturale. La presenza di diverse lingue, varietà linguistiche e prospettive culturali ha arricchito l'esperienza didattica, offrendo agli studenti una visione complessa e stimolante del mondo. D9 commenta: "Il testo non solo ha offerto un contenuto interessante e coinvolgente, ma ha anche rappresentato una ricca fonte di diversità linguistica e culturale".

Solo un docente riporta che uno dei suoi studenti non ha apprezzato il testo a causa di una scarsa predisposizione verso il genere narrativo.

Le percezioni degli studenti

I questionari degli studenti

Nella Figura 6 si offre una sintesi delle percezioni degli studenti, complessivamente positive, riguardo all'interesse suscitato dai testi di scrittrici italiane con background migratorio. Una significativa maggioranza degli studenti (85%) si dichiara fortemente d'accordo nel ritenere l'uso di queste risorse molto interessante. Solo il 10% le considera abbastanza interessanti, mentre il 5% le giudica poco interessanti. Nessuno studente esprime disaccordo.

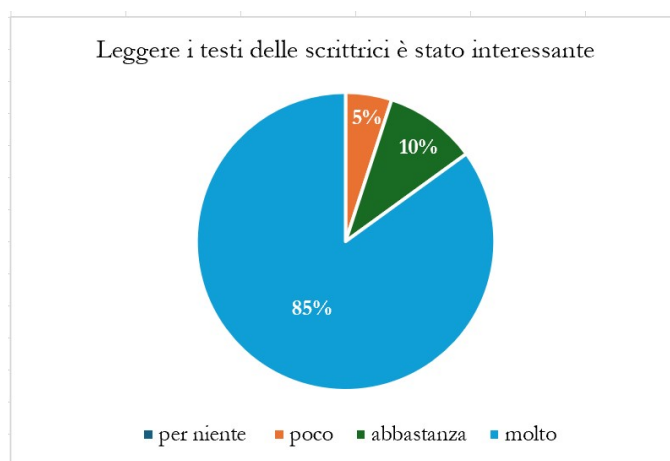


Figura 6. Le percezioni degli studenti

La Tabella 3 riassume i temi, i codici e il numero di occorrenze emersi dall'analisi delle motivazioni fornite dagli studenti a supporto delle loro risposte

precedenti (Figura 6). Lo stesso studente può aver espresso idee ricollegabili a più codici.

Temi	Codici	N. di occorrenze
Contenuti motivanti	Attualità delle tematiche	9
	Novità della risorsa	9
Sviluppo delle competenze plurilingui e interculturali	Espansione lessicale in più lingue	7
	Conoscenza di nuove culture	7
Coinvolgimento emotivo	Immedesimazione nei personaggi	4
	Riflessione sulle proprie radici	2
	Immedesimazione nelle scrittrici	2
Piacere della lettura	Passione nel tempo libero	4
	Familiarità con l'uso di testi letterari in classe	4
Interesse limitato	Preferenza per altri generi testuali	1

Tabella 3. Temi, codici e numero di occorrenze nelle risposte aperte

Quasi la metà degli studenti (45%) attribuisce il proprio interesse per la lettura alla novità rappresentata dai testi e alla loro attualità tematica. S9, S5 e S24 scrivono: “Il testo ha uno stile letterario particolare e molto attuale”, “Abbiamo conosciuto una storia di vita interessante, simile a quella di molte persone reali oggi”, “Ho letto qualcosa di diverso dal solito”.

Inoltre, il 35% degli studenti riconosce di aver ampliato le proprie competenze plurilingui e interculturali. I testi hanno arricchito il loro vocabolario non solo in italiano ma anche in altre lingue presenti nei testi e in classe. S18 e S19 commentano: “Mi sono sorpreso della possibilità di capire il testo anche senza conoscere esattamente il significato di ogni parola nelle diverse lingue”, “Parlando con i miei compagni, mi sono reso conto che ogni lingua è unica e questo mi sembra meraviglioso”. Gli studenti percepiscono anche di aver migliorato le proprie competenze interculturali, entrando in contatto con nuove prospettive sul mondo attraverso le letture e i dibattiti in classe. S22 afferma: “La lettura di un testo letterario mi attrae più di quella di un testo informativo, perché mi permette di

riflettere su come vivono persone e/o personaggi diversi. È come sperimentare un'altra cultura e questo mi piace tantissimo!”.

Il 20% degli studenti riporta di essersi sentito emotivamente coinvolto nella lettura. L'immedesimazione nei personaggi e nelle esperienze narrate ha portato alcuni studenti a riflettere sulle proprie radici familiari. S3 e S21 dichiarano: “Mi sono emozionata tantissimo con le descrizioni di luoghi, odori, sapori ecc.”, “Il testo, attraverso la storia della nonna della protagonista, ci porta a indagare sui nostri nonni e a conoscere meglio la nostra identità”.

Un ulteriore 20% degli studenti si mostra favorevole alla lettura di questi testi, sia per la passione per la lettura nel tempo libero sia per la familiarità con l'uso di questo tipo di materiale autentico nella classe di italiano. S32 scrive: “Di solito lavoriamo con testi letterari e mi piace conoscere un po' di più della letteratura italiana”.

Solo uno studente manifesta un interesse limitato per questi testi, spiegando di preferire altri generi testuali.

Discussione

I dati raccolti in questa ricerca offrono un quadro dettagliato delle percezioni di docenti e studenti riguardo all'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio per insegnare italiano LS. I risultati mostrano dei cambiamenti nelle convinzioni, nei bisogni formativi e nelle pratiche didattiche dei docenti durante il corso di formazione. Inoltre, sottolineano il carattere multilingue della società argentina, confermato dalla conoscenza di molteplici lingue e varietà linguistiche, oltre all'italiano e allo spagnolo, da parte di tutti i partecipanti.

Per esplorare le percezioni dei docenti (prima domanda di ricerca), si sono analizzati i dati raccolti prima, durante e dopo il corso di formazione. All'inizio del corso, la maggior parte dei docenti possiede un'esperienza limitata con la didattica plurilingue e adotta approcci prevalentemente monolingui per insegnare italiano LS. Alcuni docenti mostrano un interesse per il tema della migrazione italiana e

conoscono i testi di alcune scrittrici italiane con background migratorio ma non sanno come integrarli alle proprie lezioni in prospettiva plurilingue. I docenti esprimono convinzioni diverse sui benefici di questi testi per attivare l'intero repertorio linguistico degli studenti. Inoltre, molti si sentono impreparati a usare queste risorse in modo efficace, specialmente per valorizzare le lingue conosciute dagli studenti. Di conseguenza, la maggior parte dei docenti impiega raramente, se non mai, questi testi in prospettiva plurilingue.

Nel Modulo 2, i docenti acquisiscono nuove tecniche e strategie per la comprensione plurilingue, aumentano la consapevolezza dei benefici della didattica plurilingue e riflettono su come integrarla nelle loro pratiche didattiche. Inoltre, riconoscono le potenzialità glottodidattiche dei testi di scrittrici italiane con background migratorio, identificando vantaggi come l'ampliamento del vocabolario in più lingue, il collegamento tra la dimensione linguistica e culturale e il potenziamento delle competenze metalinguistiche e interlinguistiche. Nonostante le sfide legate all'applicazione delle nuove tecniche e strategie, alla strutturazione delle attività didattiche e alla gestione del tempo, i docenti considerano soddisfatti i propri bisogni formativi. Sentono di aver scoperto approcci innovativi e contenuti attuali utili per aggiornare le loro pratiche didattiche, da applicare fin da subito in classe. Questi risultati confermano il carattere multilingue di questi testi (Camilotti e Zangrando 2010; Kiemle 2011; Groppaldi 2012, 2015; Negro 2015; Quaquarelli 2015; Cartago 2017, 2019; De Lucia 2017; Comberiatì e Pisanelli 2017; Buroni 2019; Ferrari 2020, 2022; Comberiatì e Mengozzi 2022; Raveggi 2023; Santipolo 2023) e dimostrano il loro potenziale glottodidattico (Cuconato 2017; Camilotti e Civai 2018; Bartoli Kucher 2019; Zannoni e Sirotti 2019; Pinoia 2021; Spaliviero 2022, 2023a).

Nel Modulo 5, i docenti riconoscono che i risultati delle sperimentazioni superano le aspettative iniziali, grazie alla ricchezza linguistica e culturale dei testi valorizzata attraverso la didattica plurilingue. I docenti riportano la partecipazione attiva degli studenti, a livello sia emotivo che cognitivo, che favorisce connessioni significative tra esperienze letterarie e storie personali. In aggiunta, notano un

crescente interesse degli studenti per le tematiche trattate, che stimolano dibattiti e riflessioni personali sulle proprie radici linguistiche e culturali. Questi risultati confermano gli obiettivi della didattica plurilingue, tra cui il potenziamento delle competenze plurilingui, l'aumento della consapevolezza della diversità linguistica e lo sviluppo di riflessioni metalinguistiche e interlinguistiche (Beacco e Byram 2007; Jessner 2018; Cognigni 2020). Inoltre, dimostrano l'efficacia di approcci come la DIL e il PT nell'insegnamento dell'italiano LS a partire dai testi di scrittrici italiane con background migratorio.

Alla fine del corso, i docenti esprimono un consenso maggiore sulle potenzialità di questi testi nel promuovere l'uso delle lingue conosciute dagli studenti. In aggiunta, si dichiarano più fiduciosi nelle proprie capacità di usare efficacemente queste risorse in prospettiva plurilingue. Di conseguenza, la maggioranza manifesta l'intenzione di integrarle con maggiore frequenza nelle pratiche didattiche future.

Per esaminare le percezioni degli studenti (seconda domanda di ricerca), si sono analizzati i dati raccolti dopo la sperimentazione delle Uda plurilingui. Le percezioni degli studenti confermano quelle positive espresse dai docenti. Quasi tutti giudicano interessante la lettura dei testi, ritenendoli più attuali e diversificati rispetto alle risorse tradizionali. Apprezzano l'opportunità di esplorare temi nuovi e di riflettere su esperienze vicine alla loro realtà. Inoltre, percepiscono un miglioramento delle proprie competenze plurilingui e interculturali grazie all'acquisizione di nuovi vocaboli in italiano e nelle altre lingue e varietà linguistiche presenti nei testi e in classe. Attraverso la lettura e il confronto con i compagni, aumentano anche le proprie conoscenze culturali. Molti studenti riportano un forte coinvolgimento emotivo, rievocano le proprie storie familiari e consolidano il piacere per la lettura.

Complessivamente, i risultati evidenziano cambiamenti positivi nelle percezioni e nelle pratiche didattiche dei docenti, supportati anche dai feedback favorevoli raccolti dagli studenti. Il corso di formazione ha avuto un'influenza rilevante sulle loro convinzioni, esigenze formative e pratiche didattiche. Alla fine

del corso, i docenti si ritengono più consapevoli, competenti e motivati a valorizzare tutte le lingue e varietà linguistiche degli studenti attraverso l'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio. Questi risultati confermano e ampliano le ricerche esistenti sui benefici dell'uso di questi testi nella formazione dei docenti (Bartoli Kucher 2020; Martari 2021), integrando nuovi dati derivati dalle percezioni di docenti in servizio e di studenti di italiano LS in Argentina. Inoltre, arricchiscono gli studi sugli insegnanti di italiano all'estero (Cinganotto 2018; Cinganotto e Turchetta 2020; Fazzi 2021; Ballarin e Nitti 2023) con la prospettiva dei docenti della Società Dante Alighieri.

Conclusioni

Per promuovere lo sviluppo sistematico e trasversale delle competenze plurilingui e interculturali a tutti i livelli di istruzione, oltre che la diffusione e la promozione della lingua e della cultura italiane all'estero, è fondamentale sostenere lo sviluppo professionale dei docenti. Questo può essere realizzato attraverso corsi di formazione specifici sulla didattica plurilingue, rivolti a docenti sia in formazione che in servizio.

Questa ricerca ha esplorato le percezioni di un gruppo di docenti e studenti di italiano LS della Società Dante Alighieri in Argentina sull'uso della didattica plurilingue e dei testi di scrittrici italiane con background migratorio per promuovere l'uso di approcci didattici innovativi e risorse aggiornate. Lo studio ha analizzato i cambiamenti nelle concezioni, nei bisogni di formazione e nelle pratiche didattiche dei docenti relative a questi approcci e risorse durante un corso di formazione su questi temi.

I risultati evidenziano che i cambiamenti nelle percezioni dei docenti, rafforzati dai feedback positivi degli studenti, confermano l'importanza di investire nella formazione continua dei docenti di italiano LS per incentivare l'uso di approcci didattici e risorse che valorizzino la crescente diversità linguistica e culturale delle classi e che riflettano l'identità italiana multilingue e multiculturale contemporanea.

Questo è particolarmente rilevante in contesti multilingui, come quello della Società Dante Alighieri in Argentina, dove esiste una sensibilità consolidata verso i temi della migrazione e della scrittura delle e sulle donne. Tuttavia, l'efficacia di questi cambiamenti dipenderà dalla volontà degli stessi docenti di integrare stabilmente la didattica plurilingue e i testi di scrittrici italiane con background migratorio nelle loro pratiche didattiche future.

Nonostante i risultati incoraggianti, la ricerca presenta alcune limitazioni. Innanzitutto, non è stato possibile applicare test inferenziali, come il *paired-samples t-test* (Dörnyei 2007), per verificare la significatività statistica dei cambiamenti pre- e post-formazione a causa del campione numericamente ridotto e non omogeneo. Inoltre, i dati raccolti sulle pratiche didattiche future si basano sulle intenzioni dichiarate dai docenti, rendendo difficile verificare se queste si traducano in cambiamenti duraturi. Infine, la modalità di formazione a distanza ha impedito di osservare direttamente le sperimentazioni delle UdA plurilingui, limitando la raccolta di dati sulle percezioni degli studenti.

Studi futuri potrebbero affrontare queste limitazioni attraverso diverse strategie. Innanzitutto, si potrebbe coinvolgere un campione più ampio di docenti e studenti della Società Dante Alighieri in Argentina per aumentare la generalizzabilità dei risultati e permettere l'applicazione di test statistici inferenziali. L'inclusione di ulteriori strumenti di raccolta dati, come focus group o interviste con docenti e studenti, condotte anche a distanza di tempo, potrebbe offrire una comprensione più dettagliata degli effetti della formazione. In aggiunta, si potrebbero introdurre testi di scrittrici e scrittori con background ispanofono emigrati in Italia o nati in Italia, per analizzare fenomeni di *language mixing* nelle lingue degli studenti. Attività di *follow-up* potrebbero includere autrici e autori locali sudamericani che scrivono in lingue minoritarie o indigene, offrendo una riflessione sul ruolo della lingua come elemento di legittimazione identitaria. Infine, studi comparativi condotti presso la Società Dante Alighieri in Paesi diversi potrebbero permettere di esaminare l'influenza del contesto didattico sull'impatto della formazione. L'implementazione di queste proposte potrebbe migliorare la comprensione di come supportare efficacemente i docenti di italiano LS nella valorizzazione dei contesti didattici multilingui attraverso la didattica plurilingue e l'uso dei testi di scrittrici italiane con background migratorio. Una formazione mirata, accompagnata da un continuo

aggiornamento delle risorse didattiche, può contribuire non solo a potenziare l'insegnamento della lingua italiana, ma anche a promuovere una visione inclusiva dell'identità italiana nel mondo.

Ringraziamenti

Ringrazio il Professor Graziano Serragiotto, direttore del Laboratorio Itals dell'Università Ca' Foscari Venezia, per il sostegno e i consigli forniti durante la ricerca. Sono grata alla Professoressa Susanna Regazzoni, direttrice dell'Archivio Scritture Scrittrici Migranti dell'Università Ca' Foscari Venezia, per gli stimolanti commenti sul mio lavoro. Ringrazio, infine, tutti i docenti e gli studenti che hanno contribuito in modo significativo alla ricerca.

Bibliografia

- Abdel Qader, Sumaya (2008), *Porto il velo, adoro i Queen. Nuove italiane crescono*, Milano, Sonzogno.
- Ead. (2019), *Quello che abbiamo in testa*, Milano, Mondadori.
- Ali Farah, Cristina Ubah (2021), *Le stazioni della luna*, Roma, 66thand2nd.
- Altrichter, Herbert, Holly, Mary Louise (2005), *Research Diaries*, in Bridget Somekh and Cathy Lewin (a cura di), *Research Methods in the Social Sciences*, Thousand Oaks, Sage, pp. 24-32.
- Arreghini, Monica (2006), *Gli italiani e l'italiano in Argentina*, in Matteo Santipolo (a cura di), *L'italiano. Contesti di insegnamento in Italia e all'estero*, Torino, Utet Università, pp. 235-265.
- Bagna, Carla (2012), *America Latina*, in Massimo Vedovelli (a cura di), *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Roma, Carocci, pp. 305-326.
- Balboni, Paolo E. (2014), *Didattica dell'italiano come lingua seconda e straniera*, Torino, Bonacci-Loescher.
- Id. (2017), *Lo 'stato generale' dell'italiano per stranieri*, «Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura», vol. 1, n. 9, pp. 289-296. <https://doi.org/10.24917/20837275.9.1.26>
- Balboni, Paolo E., Santipolo, Matteo (a cura di) (2003), *L'italiano nel mondo. Mete e metodi dell'insegnamento dell'italiano nel mondo. Un'indagine qualitativa*, Roma, Bonacci.
- Baldelli, Ignazio (a cura di) (1987), *La lingua italiana nel mondo. Indagine sulle motivazioni allo studio dell'italiano*, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana.
- Ballarin, Elena, Nitti, Paolo (2023), "Ho studiato cinema e non pensavo di insegnare italiano". *L'insegnante di italiano all'estero: profili, formazione e proposte*, «Italiano LinguaDue», vol. 15, n. 1, pp. 36-52. DOI: <https://doi.org/10.54103/2037-3597/20374>
- Bartoli Kucher, Simona (2019), *Scritture in viaggio nel Mediterraneo. Proposte di didattica integrativa tra lingua, letteratura e film*, Pisa, Pacini.
- Ead. (2020), *Neoplurilinguismo e didattica integrativa della lingua, della letteratura e del cinema nella classe di lingua straniera*, «Italiano LinguaDue», vol. 12, n. 2, pp. 512-522. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/15094>.
- Beacco, Jean-Claude, Byram, Michael (2007), *Guide for the Development of Language Education Policies in Europe*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802fc1c4> (ultimo accesso 23 ottobre 2024).

- Beacco, Jean-Claude, Byram, Michael, Cavalli, Marisa, Coste, Daniel, Cuenat, Mirjam Egli, Goullier, Francis, Panthier, Johanna (2016), *Guide pour le développement et la mise en œuvre de curriculums pour une éducation plurilingue et interculturelle*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, <https://www.coe.int/en/web/language-policy/guide-for-the-development-and-implementation-of-curricula-for-plurilingual-and-intercultural-education> (ultimo accesso 25 ottobre 2024).
- Berger, Maria Cristina (2006), *Deutsch nach English: Nuove prospettive didattiche nel contesto plurilingue*, «Synergies Europe», vol. 1, pp. 129-154, <https://www.gerflint.fr/Base/Europe1/Maria.pdf> (ultimo accesso 23 ottobre 2024).
- Blengino, Vanni (2003), *Fra analogie e stereotipi: 'rileggere' l'emigrazione italiana in Argentina*, in AA.VV., *Il patrimonio musicale europeo e le migrazioni*, Venezia, Università Ca' Foscari Venezia, pp. 73-79.
- Borg, Simon (2018), *Evaluating the Impact of Professional Development*, «RELC Journal», vol. 49, n. 2, pp. 195-216. DOI <https://doi.org/10.1177/00336882187843>.
- Braun, Virginia, Clarke, Victoria (2012), *Thematic Analysis*, in Harris M. Cooper, Paul M. Camic, Debra L. Long, A. T. Panter, David Rindskopf, Kenneth J. Sher (a cura di), *APA Handbook of Research Methods in Psychology. Vol. 2. Research designs: Quantitative, Qualitative, Neuropsychological, and Biological*, Washington D. C., American Psychological Association, pp. 57-71.
- Brugnolo, Furio, Orioles, Vincenzo (a cura di) (2002), *Eteroglossia e plurilinguismo letterario. II. Plurilinguismo e letteratura. Atti del XXVIII Convegno interuniversitario di Bressanone (6-9 luglio 2000)*, Roma, Il Calamo.
- Buroni, Edoardo (2019), *L'italiano per vocazione. Aspetti metalinguistici nella narrativa di Igiaba Scego*, «Italiano LinguaDue», vol. 11, n. 1, pp. 57-104. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/12203>
- Burns, Anne (2009), *Action Research in Second Language Teacher Education*, in Burns Anne, Richards Jack C. (a cura di), *Second Language Teacher Education*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 289-297.
- Camilotti, Silvia (a cura di) (2008), *Lingue e letterature in movimento. Scrittrici emergenti nel panorama letterario italiano contemporaneo*, Bologna, Bup.
- Camilotti, Silvia, Civai, Sara (a cura di) (2018), *Straniero a chi? Racconti*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari. DOI: <http://doi.org/10.30687/978-88-6969-290-1>
- Camilotti, Silvia, Zangrando, Stefano (a cura di) (2010), *Letteratura e migrazione in Italia*, Trento, Uni Service.

- Candelier, Michel, Camilleri-Grima, Antoinette, Castellotti, Véronique, de Pietro, Jean-François, Lőrincz, Ildikó, Meißner, Franz-Joseph, Noguerol, Artur, Schröder-Sura, Anna (2012), *Le CARAP. Un Cadre de Référence pour les Approches Plurielles des Langues et des Cultures. Compétences et ressources*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, <https://carap.ecml.at/Portals/11/documents/CARAP-version3-EN-28062010.pdf> (ultimo accesso 25 ottobre 2024).
- Candelier, Michel, Manno, Giuseppe (a cura di) (2023), *La didactique intégrée des langues - Apprendre une langue avec d'autres langues?*, Association ADEB, <http://www.adeb-asso.org/wp-content/uploads/2024/04/2023-La-didactique-Intégrée-des-langues.pdf> (ultimo accesso 23 ottobre 2024).
- Carbonara, Valentina, Scibetta, Andrea (2020), *Imparare attraverso le lingue. Il translanguaging come pratica didattica*, Roma, Carocci.
- Cartago, Gabriella (2017), *Lecture interlinguistiche*, Firenze, Cesati.
- Cartago, Gabriella (2019), *Dismatria e le altre (formazioni neologiche di autori stranieri in italiano)*, «Italiano LinguaDue», vol. 11, n. 1, pp. 105-111. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/12204>
- Cenoz, Jasone, Gorter, Durk (2021), *Pedagogical Translanguaging*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Cinganotto, Letizia (2018), *La formazione dei docenti in servizio presso le scuole italiane all'estero*, «Italiano a Stranieri», n. 23, pp. 9-14.
- Cinganotto, Letizia, Turchetta, Barbara (2020), *La formazione dei docenti di italiano L2 all'estero: risultati di un'indagine internazionale*, «Italiano LinguaDue», vol. 12, n. 2, pp. 20-37. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/14971>
- Coccia, Benedetto, Vedovelli, Massimo, Barni, Monica, De Renzo, Francesco, Ferreri, Silvana, Villarini, Andrea (a cura di) (2021), *Italiano 2020: lingua nel mondo globale. Le rose che non colsi...*, Roma, Apes.
- Cognigni, Edith (2020), *Il plurilinguismo come risorsa. Prospettive teoriche, politiche educative e pratiche didattiche*, Pisa, ETS.
- Cohen, Louis, Manion, Lawrence, Morrison, Keith (2017), *Research Methods in Education*, New York, Routledge.
- Comberiati, Daniele, Mengozzi, Chiara (a cura di) (2022), *Storie condivise nell'Italia contemporanea. Narrazione e performance transculturali*, Roma, Carocci.
- Comberiati, Daniele, Pisanelli, Flaviano (a cura di) (2017), *Scrivere tra le lingue. Migrazione, bilinguismo, plurilinguismo e poetiche della frontiera nell'Italia contemporanea (1980-2015)*, Canterano (RM), Aracne.
- Consiglio d'Europa (2018a), *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Companion Volume*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, <https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4> (ultimo accesso 25 ottobre 2024).

- Consiglio d'Europa (2018b), *Council Recommendation of 22 May 2018 on Key Competences for Lifelong Learning*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)) (ultimo accesso 25 ottobre 2024).
- Consiglio d'Europa (2020), *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: Insegnamento, apprendimento, valutazione. Volume Complementare*, traduzione italiana a cura di Monica Barsi, Edoardo Lugarini, Anna Cardinaletti, «Italiano LinguaDue», vol. 12, n. 2. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/15120>.
- Consiglio d'Europa (2022), *Recommendation CM/Rec(2022)1 of the Committee of Ministers to member States on the importance of plurilingual and intercultural education for democratic culture*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, <https://rm.coe.int/prems-013522-gbr-2508-cmrec-2022-1-et-expose-motifs-couv-a5-bat-web/1680a967b4ECML> (ultimo accesso 25 ottobre 2024).
- Conteh, Jean, Meier, Gabriela (Eds.) (2014), *The Multilingual Turn in Languages Education. Opportunities and Challenges*, Bristol, Multilingual Matters.
- Creswell, John W., Plano Clark, Vicki L. (2018), *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, Thousand Oaks, Sage.
- Creswell, John W., Creswell, J. David (2023), *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Thousand Oaks, Sage.
- Cuconato, Milena (2017), *Pedagogia e letteratura della migrazione*, Roma, Carocci.
- De Caldas Brito, Christiana (1998), *Ana de Jesus*, in AA.V.V., *Le voci dell'arcobaleno*, Santarcangelo di Romagna, Fara, pp. 59-61.
- De Lucia, Stefania (a cura di) (2017), *Scrittrici Nomadi. Passare i confini tra lingue e culture*, Roma, Sapienza Università.
- De Mauro, Tullio, Vedovelli, Massimo, Barni, Monica, Miraglia, Lorenzo (2002), *Italiano 2000. I pubblici e le motivazioni dell'italiano diffuso fra stranieri*, Roma, Bulzoni.
- De Rogatis, Tiziana (2023), *Homing / Ritrovarsi. Traumi e translinguismi delle migrazioni in Morante, Hoffman, Kristof, Scego e Lahiri*, Siena, Edizioni Unistrasi.
- Dörnyei, Zoltán (2007), *Research Methods in Applied Linguistics*, Oxford, Oxford University Press.
- Efionayi, Sabrina (2022), *Addio, a domani*, Torino, Einaudi.
- Fazzi, Fabiana (2021), *Insegnare in italiano all'estero: percezioni e bisogni dei docenti*, «Italiano LinguaDue», vol. 13, n. 1, pp. 53-71. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/15856>.
- Ferrari, Jacopo (2020), *Migrazioni di parole*, «Mondi Migranti», n. 1, pp. 207-222. <https://dx.doi.org/10.3280/MM2020-001011>.
- Ferrari, Jacopo (2022), *Parole migranti. I migratismi di Igiaba Scego*, «Italiano LinguaDue», vol. 14, n. 1, pp. 879-928. DOI: <https://doi.org/10.54103/2037-3597/18332>.

- Fratarcangeli, Alice, Guidi, Annarita (2024), *Il sistema della formazione italiana nel mondo. Una rete integrata di scuole e istituzioni per l'insegnamento della lingua e della cultura italiana all'estero*, Torino, Loescher.
- García, Ofelia, Kleyn, Tatyana (2016), *Translanguaging with Multilingual Students. Learning from Classroom Moments*, New York, Routledge.
- Ghermandi, Gabriella (2007), *Regina di fiori e di perle*, Roma, Donzelli.
- Giovanardi, Claudio, Trifone, Pietro (2012), *L'italiano nel mondo*, Roma, Carocci.
- Groppaldi, Andrea (2012), *La lingua della letteratura migrante: identità italiana e maghrebina nei romanzi di Amara Lakhous*, «Italiano LinguaDue», vol. 4, n. 2, pp. 35-59. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/2814>.
- Id. (2015), *Italia mia, benché ...? La dismatria linguistica nella narrativa di Igiaba Scego*, in Maria Vittoria Calvi, Irina Bajini e Milin Bonomi (a cura di), *Lingue migranti e nuovi paesaggi*, LED Edizioni Universitarie, Milano, pp. 67-82.
- Hufeisen, Britta, Neuner, Gerhard (a cura di) (2004), *The Plurilingualism Project: Tertiary Language Learning – German after English*, Strasbourg, Council of Europe.
- ISTAT (2024), *Noi Italia 2024*, <https://noi-italia.istat.it/pagina.php?L=0&categoria=4&dove=ITA> (ultimo accesso 22 ottobre 2024)
- Jessner, Ulrike (2018), *Language Awareness in Multilingual Learning and Teaching*, in Peter Garrett, Joseph M. Cots (a cura di), *The Routledge Handbook of Language Awareness*, New York, Taylor & Francis, pp. 257-274.
- Kiemle, Christiane (2011), *Ways of out Babel. Linguistic and Cultural Diversity in Contemporary Literature in Italy. Exploring Multilingualism and the Works of Immigrated Writers*, Berlin, Trier.
- Kubanyiova, Magdalena (2012), *Teacher Development in Action. Understanding Language Teachers' Conceptual Change*, London, Palgrave.
- Kuruvilla, Gabriella (2012), *Milano, fin qui tutto bene*, Milano, Laterza.
- Lo Cascio, Vincenzo (a cura di) (1987), *L'italiano in America Latina. Convegno internazionale svoltosi a Buenos Aires, 1-5 settembre 1986*, Firenze, Le Monnier.
- Losito, Bruno, Pozzo, Graziella (2005), *La ricerca azione. Una strategia per il cambiamento nella scuola*, Roma, Carocci.
- MAECI (2017), *Decreto Legislativo n. 64 del 13 aprile 2017, Disciplina della scuola italiana all'estero, a norma dell'articolo 1, commi 180 e 181, lettera b), della legge 13 luglio 2015, n. 107. (GU n.112 del 16-5-2017 - Suppl. Ordinario n. 23)*, https://www.esteri.it/mae/resource/doc/2017/07/dlgs_64_2017.pdf (ultimo accesso 23 ottobre 2024).
- MAECI (2019), *L'italiano nel mondo che cambia*, <https://www.sitocgie.com/wp-content/uploads/2019/11/Rapporto-diffusione-italiano-2019.pdf> (ultimo accesso 23 ottobre 2024).

- Martari, Yahis (2021), *La lingua letteraria di non nativi in un itinerario didattico multimodale. Cosa resta della formazione nella pratica di insegnamento?*, in Sandro Caruana, Karl Chircop, Phyllisienne Gauci, Mario Pace (a cura di), *Politiche e pratiche per l'educazione linguistica, il multilinguismo e la comunicazione interculturale*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, pp. 289-298. DOI: <http://doi.org/10.30687/978-88-6969-501-8/025>
- Masillo, Paola (2021), *Formazione dei docenti e materiali didattici*, in Benedetto Coccia, Massimo Vedovelli, Monica Barni, Francesco De Renzo, Silvana Ferreri, Andrea Villarini (a cura di), *Italiano 2020: lingua nel mondo globale. Le rose che non colsi...*, Roma, Apes, pp. 229-238.
- May, Stephen (Ed.) (2014), *The Multilingual Turn. Implications for SLA, TESOL and Bilingual Education*, New York, Routledge.
- Menard, Scott (2002), *Longitudinal Research*, Thousand Oaks, Sage.
- Mujčić, Elvira (2012), *La lingua di Ana. Chi sei quando perdi radici e parole?*, Roma, Infinito.
- Negro, Maria Grazia (2015), *Il mondo, il grido, la parola. La questione linguistica nella letteratura postcoloniale italiana*, Firenze, Cesati.
- Patat, Alessandro (2004), *L'italiano in Argentina*, Perugia, Guerra.
- Pavan, Elisabetta (a cura di) (2005), *Il lettore di italiano all'estero. Formazione linguistica e glottodidattica*, Roma, Bonacci.
- Perassi, Emilia (2012), *Scrittrici italiane ed emigrazione argentina*, in Silvana Serafin (a cura di), *Donne con la valigia. Esperienze migratorie tra l'Italia, la Spagna e le Americhe*, Udine, Forum, pp. 97-107.
- Pinoia, Valentina (2021), *Insegnare l'italiano come lingua seconda o straniera attraverso i testi della letteratura della migrazione: una proposta didattica*, «Italiano LinguaDue», vol. 13, n. 1, pp. 921-933. DOI: <https://doi.org/10.13130/2037-3597/15919>.
- Pipino, Andrea, Cassandro, Daniele (a cura di) (2020), *In cerca di fortuna. L'emigrazione italiana dall'ottocento a oggi sulla stampa di tutto il mondo*, Roma, Internazionale Storia.
- Putjata, Galina, Brizić, Katharina, Goltsev, Evghenia, Olfert, Helena (2022), *Introduction: Towards a Multilingual Turn in Teacher Professionalization*, «Language and Education», vol. 36, n. 5, pp. 399-403. DOI: <https://doi.org/10.1080/09500782.2022.2114804>.
- Quaquarelli, Lucia (2015), *Narrazione e migrazione*, Milano, Morellini.
- Raveggi, Alessandro (2023), *Il Romanzo di Babele. La svolta multilingue della letteratura*, Venezia, Marsilio.
- Regazzoni, Susanna (2013), *La diaspora italiana in Argentina oggi*, in Silvana Serafin (a cura di), *Donne al caleidoscopio. La riscrittura dell'identità femminile nei testi dell'emigrazione tra l'Italia, le Americhe e l'Australia*, Udine, Forum, pp. 135-144.

- Ead. (2022), *Il manuale dell'emigrante*, in Susanna Regazzoni e Adriana Mancini (a cura di), *Italia/Argentina. Una storia condivisa. Il racconto. Una historia compartida. El relato*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, pp. 11-29.
- Richards, Jack C., Farrell, Thomas S. C. (2005), *Professional Development for Language Teachers: Strategies for Teacher Learning*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Ricorda, Ricciarda (2013), *Scrittrici della migrazione in Italia*, in Silvana Serafin (a cura di), *Donne al caleidoscopio. La riscrittura dell'identità femminile nei testi dell'emigrazione tra l'Italia, le Americhe e l'Australia*, Udine, Forum, pp. 23-31.
- Roccati, Gigi (2017), *Babylon Sisters*, Italia-Croazia.
- Rückl, Michaela, Moriggi, Rachele, Rigamonti, Enrica, Holzinger, Gabriele, Seeleitner, Isolde, Castillo de Kastenhuber, Claudia, De Lara Fernández, Carlos (Hg.) (2013), *Scopriamo l'italiano. Italienisch interlingual*, Hölder-Pichler-Tempsky, Vienna.
- Santipolo, Matteo (2023), *Multilinguismo letterario ed educazione linguistica*, «Scritture Migranti», n. 17, pp. 96-110. DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/18978>.
- Scego, Igiaba (2023), *Cassandra a Mogadiscio*, Milano, Bompiani.
- Spaliviero, Camilla (2022), *Teaching Italian as an L2/FL through Contemporary Italian Literature by Women Writers of Migrant Origin. A Conversation with Sumaya Abdel Qader about Quello che abbiamo in testa*, «Annali di Ca' Foscari. Serie occidentale», vol. 56, pp. 1-20. DOI: <http://doi.org/10.30687/AnnOc/2499-1562/2022/10/005>.
- Ead. (2023a), *Plurilinguismo e interculturalità in romanzi e serie TV per la didattica dell'italiano L2/LS: da Sumaya Abdel Qader a Skam Italia*, in Antioco Floris, Marco Gargiulo e Fabio Rossi (a cura di), *Pagine schermate: sui rapporti tra letteratura e cinema nella produzione italiana del nuovo millennio*, Barcellona, Quaderni del CSI, pp. 164-174.
- Ead. (2023b), *Insegnare italiano in Argentina. Intervista a Nora Sforza*, «Bollettino Itals», vol. 21, n. 98, pp. 7-13, <https://www.italy.it/sites/default/files/pdf-bollettino/aprile2023/Spaliviero.pdf> (ultimo accesso 25 ottobre 2024).
- Vedovelli, Massimo (a cura di), 2012, *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Roma, Carocci.
- Vianello, Francesca (2006), *Una vita altrove. L'emigrazione italiana dal 1876 al 1976*, in Matteo Santipolo (a cura di), *L'italiano. Contesti di insegnamento in Italia e all'estero*, Torino, Utet Università, pp. 157-184.
- Wadia, Laila (2007), *Amiche per la pelle*, Roma, E/O.
- Ead. (2010), *Come diventare italiani in 24 ore. Il diario di un'aspirante italiana*, Siena, Barbera.
- Yin, Robert K. (2018), *Case Study Research and Applications: Designs and Methods*, Thousand Oaks, Sage.

Zannoni, Federico, Sirotti, Alessandra (2019), *Nuovi italiani crescono. La letteratura migrante come strumento didattico nella scuola superiore di secondo grado*, «Educazione interculturale. Teorie, ricerche, pratiche», vol. 17, n. 1, pp. 163-177. DOI: <https://dx.doi.org/10.14605/EI1621910>.

Appendice

La seguente attività, “Poeta plurilingue si diventa!”[©], ideata dall’autrice del presente contributo, si basa sulla poesia “Multi-Lingue” di Anna-Mahjar Barducci, inserita nella raccolta di poesie *Identità italiana* (2019, San Felice a Cancellò-CE, Melagrana, p. 42). Nella poesia, si descrive l’incontro con un tassista etiope. Attraverso l’uso di diverse lingue (romeno, italiano, spagnolo, inglese), si presenta il viaggio migratorio del tassista e le sue identità molteplici. L’attività incoraggia gli studenti a riflettere sulle lingue e sulle culture che compongono la loro identità e a utilizzare il loro intero repertorio linguistico. L’attività può essere adattata per diversi livelli di competenza linguistica, personalizzando il numero delle lingue coinvolte e aggiungendo un glossario con la spiegazione di uno o più termini della poesia.

Attività 1

Leggete la poesia “Multi-Lingue” di Anna-Mahjar Barducci. In plenaria, rispondete oralmente alla seguente domanda: Quali lingue raccontano la vostra storia? Pensate alle lingue che avete imparato da piccoli, avete studiato/state studiando, avete incontrato nei vostri viaggi, avete scoperto grazie alle persone che avete conosciuto. Considerate anche i dialetti!

Attività 2

Individualmente, scrivete una frase per ogni lingua, con un significato particolare per voi. Nello stesso verso riportate qualche dettaglio, in italiano, sul contesto a cui le associate. Ispiratevi alla seconda strofa della poesia di Anna Mahjar-Barducci.

Attività 3

A piccoli gruppi, leggete a turno i versi che avete scritto. Poi confrontatevi su questi aspetti:

- Quante lingue e culture definiscono la vostra storia?
- Avete delle lingue e culture in comune?
- Se sì, avete proposto idee simili o diverse?
- Se no, spiegate il significato delle parole o delle frasi in lingua.

Attività 4

A piccoli gruppi, create un'unica strofa composta da tutti i versi in tutte le lingue. Trovate un filo logico che li unisca (per esempio, per temi comuni o per lingue comuni). Potete indicare le parole o espressioni nelle stesse lingue in un unico verso o separarle, a seconda del messaggio che volete trasmettere. Tenete come modello la seconda strofa della poesia di Anna Mahjar-Barducci.

Attività 5

A piccoli gruppi, scrivete una strofa introduttiva in cui vi presentate dando qualche dettaglio su di voi e sui vostri versi, su modello della prima strofa della poesia di Anna Mahjar-Barducci.

Attività 6

A piccoli gruppi, fate una prova di lettura condivisa della vostra poesia multilingue. Ognuno deve riuscire a leggere e a spiegare tutti i versi, anche nelle lingue che non ha inserito inizialmente.

Attività 7

In plenaria, leggete le vostre poesie multilingui.

Attività 8

Scrivete un'unica poesia multilingue di classe e realizzate uno o più cartelloni da appendere alle pareti dell'aula o dell'istituto.

Nota biografica

Camilla Spaliviero è assegnista di ricerca in linguistica educativa presso l'Università Ca' Foscari di Venezia e professoressa a contratto in didattica dell'italiano L2 presso le Università di Bologna e Ferrara. I suoi interessi di ricerca includono l'acquisizione di lingue seconde e straniere relazionata alla didattica plurilingue, all'educazione interculturale e all'uso di testi letterari e risorse digitali, con un focus sulle strategie di apprendimento linguistico e sulla formazione dei docenti.

camilla.spaliviero@unibo.it

Come citare questo articolo

Spaliviero, Camilla (2024), *Promuovere la didattica plurilingue attraverso i testi di scrittrici italiane con background migratorio. Le percezioni di docenti e studenti*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 275-322.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

VOICES IN TRANSITION
EXPLORING THE PERSONAL NARRATIVES OF NEWLY-ARRIVED LEARNERS IN MALTA

Phyllisienne Gauci and Sandro Caruana

In an era characterized by profound global transformations and migratory flux, the voices of newly-arrived secondary school students offer invaluable insights into the complexities of human experience amidst movement, escape, and expatriation. This paper, through a data-driven approach, presents the personal narratives of 47 secondary school students who have recently migrated to Malta from different countries and who are in transition as they do not yet attend mainstream classes. Through a qualitative exploration of their fears, hopes, and aspirations for the future, as well as their reflections on family, friendships, and language acquisition, we aim to illuminate the lived realities of these young migrants. Drawing upon narrative inquiry and participatory research methodologies, we engage directly with the voices of the students, through which they share their innermost thoughts, feelings, and experiences. Their narratives not only serve as a testament to resilience in the face of adversity but also underscore the importance of empathy and understanding in fostering inclusive societies. Furthermore, we argue for the value of writing as a powerful tool for self-expression and communication, enabling students to assert agency over their own narratives, thereby providing readers with a deeper understanding of their lived experiences. Through an analysis of these personal narratives, this paper contributes to a nuanced understanding of migration dynamics, highlighting the multifaceted nature of identity formation and cultural adaptation in a transnational context. Ultimately, it calls for greater recognition of the voices and experiences of young migrants in shaping policies and practices that promote social cohesion and inclusivity in host communities.

Keywords

Malta; Migrant learners; Linguistic diversity; Written narratives; Pluriculturalism; Education.

In un'epoca caratterizzata da profonde trasformazioni globali e flussi migratori, le voci degli studenti delle scuole secondarie appena migrati offrono spunti inestimabili sulle complessità dell'esperienza umana tra movimento, fuga ed espatrio. Questo documento, attraverso un approccio basato sui dati, presenta le narrazioni personali di 47 studenti delle scuole secondarie che sono recentemente emigrati a Malta da diversi paesi e che sono in transito, poiché non frequentano ancora le lezioni tradizionali. Attraverso un'analisi qualitativa delle loro paure, speranze e aspirazioni per il futuro, nonché delle loro riflessioni sulla famiglia, le amicizie e l'acquisizione della lingua, cerchiamo di comprendere meglio le realtà vissute da questi giovani migranti. Attingendo all'indagine narrativa e alle metodologie di ricerca partecipativa, l'intento è di relazionarsi direttamente con le voci degli studenti, attraverso le quali condividono i loro pensieri, sentimenti ed esperienze più intime. Le loro narrazioni non solo servono come testimonianza di resilienza di fronte alle avversità, ma sottolineano anche l'importanza dell'empatia e della comprensione nel promuovere società inclusive. Inoltre, tale lavoro mette in luce il valore della scrittura come potente strumento di autoespressione e comunicazione, che consente agli studenti di affermare l'agentività sulle proprie narrazioni, offrendo così ai lettori una comprensione più profonda delle loro esperienze vissute. Attraverso l'analisi di queste narrazioni personali, questo articolo vuole contribuire a una rappresentazione complessa delle dinamiche migratorie, evidenziando la natura multiforme della formazione dell'identità e dell'adattamento culturale in un contesto transnazionale. In conclusione, pensiamo sia necessario un maggiore riconoscimento delle voci e delle esperienze dei giovani migranti per dare forma a politiche e pratiche che promuovono la coesione sociale e l'inclusività nelle comunità ospitanti.

Parole chiave

Malta; Studenti migranti; Diversità linguistica; Pluriculturalismo; Educazione.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21101>

VOICES IN TRANSITION
EXPLORING THE PERSONAL NARRATIVES OF
NEWLY-ARRIVED LEARNERS IN MALTA

Phyllisienne Gauci and Sandro Caruana

Recent migration and its effect on Malta's demography

The geographical position of the island of Malta is often referred to as crossroads, due to its location in the centre of the Mediterranean Basin. Throughout history the island, in spite of its small physical size, has served as a significant point of convergence for various civilizations, a hub of cultural, economic and strategic importance. Recent developments, also spurred by a sustained economic growth, have brought about a situation whereby the island's population has grown exponentially. This growth rate is noteworthy, given Malta's size and limited natural resources, making it quite an exceptional case in the context of European population trends (Eurostat 2024).

Malta's 2021 census (NSO 2021) reports that the country's population now exceeds half a million persons (519,562), an increase of over 100,000 over the last ten years. This includes 115,449 individuals of non-Maltese nationality, meaning that more than one in five persons residing on the island today are non-Maltese, a figure which is by far higher than the EU average. Current trends also point to a substantial rise in the number of third country nationals, with Indians and Filipinos representing the largest communities in Malta (Vella 2023). Italians also represent a large group of foreign nationals and there are sizeable Albanian, Bulgarian, Serbian, Syrian and Ukrainian communities too. The British, who historically were the most numerous non-nationals residing on the island, are still present in considerable numbers. These different countries of origin from which people converge to Malta represent one of the indicators of the highly diverse nature of this migration which includes, for example, the 'historical' migration of British nationals as an offshoot of Malta's colonial past, the recent arrival of many Sicilians who have found

employment on the island and the current influx of Far East nationals, many of whom carry out services in the care of the elderly, as well as other jobs such as food delivery-persons and taxi drivers. The construction industry is also a sector which depends heavily on the involvement of foreign workers, including many who originate from Africa and from Eastern European countries. This extremely heterogeneous scenario is unprecedented in the island's history and possibly quite unique in Europe because it is concentrated on a very small geographical mass with no physical borders with other countries.

This migration also has a significant impact on the linguistic situation of the island. Wherein Maltese is the L1 of the vast majority of locals (Marmarà 2024), interactions between persons of different nationalities occur, by and large, in English. In fact, while competence in English is generally better among Maltese of high socioeconomic status, by whom it is marked for in-groupness (Vella, 2012; Caruana, forthcoming), more recently it has become a lingua franca: it is used both by the Maltese to communicate with the many non-nationals who reside and work on the island and during interactions among immigrants of different nationalities. Malta's Anglophone setting constitutes an incentive for those who settle on the island permanently or for a long-term period, including those who relocate with young children (Gauci 2024). The opportunity to frequent schools where English is used extensively as a medium of instruction is generally viewed positively especially in instrumental terms, since competence in English is considered a richness which could lead to future opportunities, also beyond Malta's shores.

Having provided some information on the nature of recent immigration in Malta, we now turn our attention to schools which, as expected, have also become more multicultural and multilingual than they were in the past. Local schools represent the settings in which we carried out this research, based on writings of migrant learners who are currently pursuing their education in Malta.

Migration in Schools

For the purpose of this study, we define ‘migrant learners’ as persons born outside of the country who have relocated to Malta within the last year or so, under the responsibility of one or more adults, typically family members who migrated with them. In Figure 1 below, we present numbers pertaining to migrant learners in public (state) schools, on the basis of their distribution across three geographical areas of the island, and as a total. Over a span of ten years, between 2013 and 2023, the number of migrant learners in schools has increased more than tenfold:

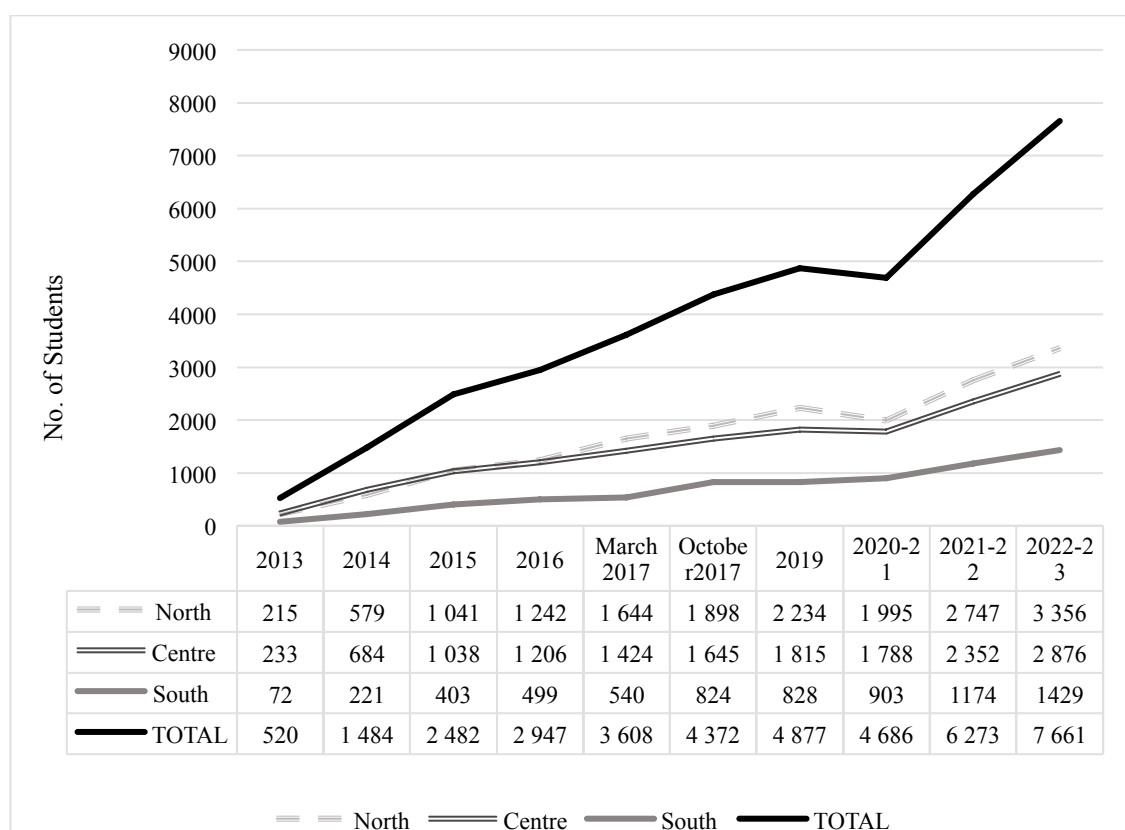


Figure 1: Migrant Learners in Maltese State Schools¹

The trend documented above presents evidence of a steady increase, with a short plateau between 2019-21, which coincides with the Covid pandemic.

¹ The statistics reported in Figure 1 were compiled by one of the authors over the ten-year period they refer to. The raw data was provided by the Ministry of Education (Malta).

According to data published by the National Statistics Office (NSO, 2023) non-Maltese nationals account for 14.3 per cent of the total number of students enrolled from pre-primary to secondary education. Classes in Malta are therefore increasingly multicultural, multi-ethnic and multilingual and although English is often used as a lingua franca of communication (Caruana *et al.* 2019, 334), in schools one witnesses the presence of many different languages (and language varieties) which occasionally create boundaries between students of diverse nationalities as those who share the same or similar codes cluster together, for example during break time as happens with some Italian migrant learners (Baschiera and Caruana 2020).

These developments have been the catalyst for further changes, some of which had already started gaining ground prior to the increase in numbers of migrant learners documented in Figure 1. Traditionally schooling in Malta was based extensively on Catholic traditions and principles, also because the popularisation of schooling on the island was led and influenced by religious orders as providers for teacher education (Sultana *et al.* 2019). Today schooling is more secularised, also to accommodate the needs of migrant learners. An example of this is the introduction of Ethics as a school subject, alongside Religious Education, so as to allow learners to opt for lessons which are not solely based on traditional Catholic beliefs.

Data from the 2022-23 scholastic year, pertaining to Maltese state schools, show that most migrant learners hail from Italy (908 learners), followed by Syrians (625), Serbians (547) and British (467). The number of Indian, Libyan, Ukrainian and Bulgarian exceeds 300, and that of Albanian and Filipino students does not lag far behind. The highly diverse origins and backgrounds of these learners constitute a challenge for many teachers. One must also take into account the realities that these learners witnessed prior to arrival in Malta (as in the case of migrant learners from war-stricken countries), the physical and cultural distance that separates the two environments (as in the case of learners born in the Far East), as well as linguistic differences. For example, while speakers of Arabic varieties may be facilitated by their first language when they start learning Maltese, other nationals, including the British themselves, are at an advantage because of their knowledge of English. In

other cases – take Syrians, Libyans, Serbs and Bulgarians as examples – difficulties are encountered, especially in the case of young learners, in order to achieve writing competences as they must learn to use an alphabet script which they may be unfamiliar with. The picture we present here only represents a very schematic overview of migrant learners in Malta, whose experience is often characterised by intersectionality: their situation and background often give rise to conditions in which multiple forms of discrimination or disadvantage can compound and interconnect.

As hinted earlier, over the recent years some innovations have been introduced in the local educational system to facilitate the inclusion of migrant learners (Caruana *et al.* 2019) and recent policies have been drafted to this intent (Ministry for Education 2019a; 2019b). These include language policies, in which multilingual practices, such as translanguaging and language mediation are encouraged, as opposed to the compartmentalised views of language teaching and learning advocated in earlier policies. Capitalising on learners' different language competences and valuing their L1 and/or heritage language/s are therefore being encouraged although, in practice, this depends largely on individual schools and, at a micro-level, on teachers. Difficulties are often faced because cultural and linguistic mediators are by and large absent from the Maltese educational system and teachers and Learning Support Educators (LSEs) often take on roles which could be assigned to these mediators. For example, while LSEs are professionally prepared to support children with disabilities and/or learning difficulties, while assisting teachers to create an effective classroom experience for all students (Baschiera *et al.* 2016), they often also offer to support migrant learners, including those who face difficulties because of their limited competence of the language/s of instruction – Maltese and/or English.

Since 2013, a unit established by the Ministry for Education, the Migrant Learners Unit (MLU), is responsible, together with schools, for different initiatives geared towards the inclusion of migrant learners, especially non-EU citizen. The MLU is also responsible for so-called 'induction classes', wherein the needs of

newly-arrived learners who have limited competence of both Maltese and English are addressed, by providing them with tailor-made courses prior to entering mainstream schooling (Gauci 2017). These learners are therefore in transition, as they move into mainstream educational settings once they would have completed their induction.

The study

Our study employs a data-driven approach to present the personal narratives of secondary school students who have recently migrated to Malta. Through a qualitative exploration of their fears, hopes, and aspirations for the future, as well as their reflections on family, friendships, and language acquisition, we aim to illuminate the lived realities of these young migrants. Drawing upon narrative inquiry and participatory research methodologies, we engage directly with the voices of these students, through which they share their innermost thoughts, feelings, and experiences.

Our participants were all attending the aforementioned induction classes, in order to improve competence in Maltese and/or English before moving into mainstream schooling. Induction classes are usually attended by students during their first year of arrival in Malta and typically last for one scholastic year.

The initiative to encourage students to write their narratives was borne as part of a professional development course for educators. It originated from a series of Community of Professional Educators (CoPE) sessions, organised as part of the School Development Plan in a secondary school serving as an induction hub for migrant students. In Malta, such sessions are mandatory for educators, aimed at enhancing their professional capabilities in alignment with the school's developmental objectives. One of the authors, who was responsible for delivering these sessions, proposed the idea of a writing project that would allow students to

express their migration stories through personal narratives². The initiative was subsequently titled *Read Me, Know Me* and was held during two consecutive scholastic years, in May 2022 and in March 2023.

The objective of the initiative was to guide teachers in promoting the use of writing as a tool for self-expression, enabling students to articulate their feelings and experiences related to migration. It was anticipated that this process would not only help the students to understand and process their own experiences but also facilitate intercultural understanding among their peers by sharing their stories.

Participation in the writing initiative was voluntary for teachers and students alike. All students within the induction hub were invited to take part without discrimination based on their level of language proficiency or scholastic performance. The students involved had a diverse range of linguistic and cultural backgrounds. Teachers were encouraged to adapt the project to suit the varying ages, language competencies, and educational levels of their students. This flexibility allowed the initiative to be accessible to a wide spectrum of learners, ensuring that each student could engage with it in a manner that was most comfortable and meaningful for them.

The instructional approach was designed to be both supportive and student-centred, recognizing the sensitivity of the subject matter and the varying levels of comfort students might have in discussing their migration experiences. Teachers introduced the topic of migration in diverse ways, tailored to the specific needs of their classes. Common strategies included:

- i. Visual and Auditory Stimuli: teachers used videos featuring students narrating their migration stories or provided information about famous personalities who have experienced migration. These examples served as inspiration and provided students with a model of how they might structure their own narratives;

² The idea was inspired by a teacher in the US who participated in the Student Press Initiative (SPI) together with her class. The SPI encourages teachers to focus on reading and writing instruction, while bringing authentic student voices to life. <https://cpet.tc.columbia.edu/student-press-initiative.html>

- ii. **Guided Writing Prompts:** teachers provided a set of guiding questions to assist students in organising their thoughts and structuring their narratives. These prompts were carefully designed to help students reflect on key aspects of their migration experiences, such as their reasons for migrating, the challenges they faced, and their feelings about living in Malta. The questions included: What motivated you/your parents' decision to migrate? Why Malta? Who accompanied you on your journey? What were the most difficult aspects of leaving your home country? How did you feel upon arriving in Malta? What significant challenges have you encountered? What are your biggest dreams? What aspects of Malta do you appreciate or dislike? What advice would you give to someone considering migration?
- iii. **Creative Flexibility:** students were given the autonomy to present their narratives in a format that they found most expressive. This included writing in paragraphs, dialogue, or even poetry. Additionally, they were encouraged to include drawings, or use their native languages within their texts if it contributed to the authenticity of their narratives;
- iv. **Storyboarding:** to further aid in the visualization and planning of their narratives, students were encouraged to create storyboards. This pre-writing activity helped students to conceptualize their stories before committing them to paper, providing a visual framework that could guide their writing process.

Throughout the project, teachers played a crucial role in providing continuous support and guidance. They worked closely with the students to ensure that they felt comfortable and confident in expressing their stories. Teachers also facilitated peer-sharing sessions, where students could share their narratives in a safe and supportive environment, fostering a sense of community and mutual understanding within the classroom.

The final narratives produced by the students varied widely in form and content, reflecting the diversity of their experiences and personal expression. The

initiative concluded with a showcase of the students' work, where they had the opportunity to present their stories to their peers, teachers, parents and the broader school community. A total of forty-seven students between the ages of eleven and sixteen from five different year groups submitted their narratives, as shown in Table 1.

Year Group	Age (in years)	Number of Students
Year 7	11-12	8
Year 8	12-13	5
Year 9	13-14	18
Year 10	14-15	12
Year 11	15-16	4
TOTAL		47

Table 1: Number of Participants According to Year Group

These students came from twenty different countries and most of them had been living in Malta for less than a year. Their legal status (EU national, asylum seeker, refugee, unaccompanied minor etc.) at the time of data collection was not disclosed to the authors but their countries of origin were indicated as being: Albania, Argentina, Brazil, China, Colombia, Egypt, France, Italy, Libya, Pakistan, Philippines, Poland, Serbia, Syria, Romania, Russia, Tunisia, Ukraine, Venezuela, Vietnam. Of the above locations, the ones from which a larger number of students originate are the Philippines, Ukraine and Albania.

The texts we analysed ranged from rather long accounts (approx. 600 words) to other shorter ones (approx. a hundred words). Most of them were largely based on personal information, expressed from the writer's point of view: in fact, in all texts the use of the first-person pronoun was pervasive. They were written in English and the overall proficiency of the writers was satisfactory, even though this language in an L2 for them.

Our analysis of these texts, which document, albeit briefly, the lived realities of these young migrants, draws upon narrative inquiry, inspired by participatory

research methodologies which prioritise the views of the group being studied, ensuring their perspectives, knowledge, and experiences shape the research outcomes. Participatory research methodologies on migration generally focus on the active involvement of migrants in the research process, enabling them to share their experiences, insights, and perspectives (e.g. Hanna 2018; Gunella and Rodrigo 2022). This approach aims to ensure that the voices of these learners are heard and considered in the development of policies and practices affecting them.

Results

The analysis of these personal narratives led to a classification of the data collected on the basis of the main four over-arching themes that we identified as we read the students' scripts. We therefore present our results on the basis of these themes, respectively entitled (1) the Western capitalist dream; (2) the family nucleus as central for well-being; (3) the openness to live in contexts other to that of one's origins; (4) the openness to different languages. This categorisation is mainly useful to present the results in an orderly manner, as we are fully aware that some of the extracts we present contain features that could indeed fit under more than one specific theme.

The Western capitalist dream

The writings of a number of our learners often present a rather idealised notion of prosperity and success that can be achieved through hard work, individualism, and economic freedom which we label as the 'Western capitalist dream'. They display a positive outlook of the economic model, sometimes by contrasting it to their bleaker past. Some express certainty that, regardless of their background, they can achieve success through hard work and innovation, as they develop a "capacity to aspire" (Vitus 2021). They generally speak of their experience

in Malta positively, and they consider their migration process as key in order to achieve their aspirations³:

(1) Marwa (Yr. 7, Libya): *When I was in Libya there was a time when I could not sleep because it was as if there was a person named (...) as if he was bombing in the North of Libya and the Capital and I lived in the Capital ... I remember in Malta one day when I and my family we were going to Valletta, we went to a boat and everything was so beautiful ... we went to a beautiful and big market ...and it was like a very beautiful sunshine ...*

(2) Mauricio (Yr. 8, Venezuela): *I come to Malta for a better economy;*

(3) Leandra (Yr.9, Albania): *He (my father) said “we will go to Malta to have a good life and there we can work and have money and better school”;*

(4) Juan (Yr. 11, Colombia): *I have two ideas about my future, the first one is living in a house in the countryside, having a farm and live with animals, the second one is travelling in a van around the world;*

(5) Gabriel (Yr.10, Philippines): *I want to be matagumpay⁴ when I grow up. I want to buy a car and a house so it will be easy for me to live;*

Whereas Mauricio, Leandra, Juan and Gabriel explain how their hopes for the future rely on a degree of economic success and a good quality of life, Marwa provides a short narration where her life in Libya, characterised by fear, is contrasted to her experience in Malta, described as ‘beautiful’ on three occasions. These aspirations are perfectly legitimate, especially in consideration of our learners young age, but utterances like ‘better economy’, ‘work and have money’, ‘living in a house in

³ We use pseudonyms to protect our learners’ identity. The narrations are reported verbatim, and since they are written productions some of them include some incorrect grammatical structures and language errors.

⁴ *matagumpay* in Tagalog means ‘successful’ or ‘victorious’.

the countryside provide insights of the effects of the economy-driven society in which they are now immersed. There are, however, also instances where our learners engage more critically with this ‘dream’:

(6) Daryna (Yr. 8, Ukraine): *Mom and dad were not there because they worked. When you always need money you have to make sacrifices;*

(7) Daniela (Yr. 9, Venezuela): *I also miss mis amigos, mi familia, and my school. Sometimes I start to think “why didn’t we stay there!?” and how I miss everything, and now I have a lot of memories, which maybe I will never see again.*

Whereas Daryna provides a deep reflection in a few words, lamenting the absence of her parents and the ‘*sacrifices*’ required when one ‘*always needs money*’, Daniela’s words are characterised by melancholy. Her migration experience has clearly not allowed her to detach herself from the reality she left behind and her identity is also expressed by using words in her mother tongue, *mis amigos, mi familia*. Her final thought, that she may ‘*never*’ see her family members and friends again is distressing, and she focusses more on what she has left behind her rather than expressing future hopes, dreams and prospects, as some other learners do.

We saw how a number of narratives carry a tone of resilience despite the harsh circumstances, showing that students confront these challenges with strength and a mature awareness of their cultural identity. The combination of empathy, critical thinking, and personal strength in the next two narratives is impressive for students of such a young age:

(8) Miguel (Yr. 8, Colombia): *My parents travelled to Malta because they could not find a job in Colombia. It is difficult to be far away from your family, to know that your country is bleeding and suffering because of a bad government. My family suffered because of a war that the government itself created, this is not a war that another country started!;*

(9) Diego (Yr.7, Argentina): *There is no good education and everything is very expensive, the inflation is very high, so my family decided to come to Malta. Now I can go alone or with my family to buy food without worrying about being robbed, here we can talk on the phone and nothing will happen to us. In Argentina you have to be very careful, only use it when there is an emergency. I want to stay in Malta because here I have the future that I don't have in Argentina.*

The narrative by twelve-year-old Miguel, demonstrates an exceptional level of emotional maturity and resilience, especially considering the complexity of the issues being addressed. The student clearly articulates the personal and national impact of Colombia's political and economic challenges, revealing a deep empathy for the suffering of others and a critical understanding of the situation. His narrative not only highlights the difficulty of being separated from family due to forced migration but also expresses a poignant sense of injustice, particularly in holding the government responsible for the conflict and turmoil within the country.

Eleven-year-old Diego, on the other hand, demonstrates a striking level of maturity and insight into the challenges his family faced. He articulates the impact of economic instability and safety concerns in his home country, contrasting it with the security he has found in Malta. His awareness of inflation, the cost of living, and personal safety is uncommon for his age. The narrative also reflects a strong sense of gratitude and hope for the future in Malta, revealing his understanding of the significant changes in his life and the opportunities they present.

The family nucleus

The pivotal role of the family, as well as the effects of the decision to migrate on children's agency, have been discussed extensively in the literature (e.g. Moskal and Tyrell 2016), also by taking into consideration migrants' relationships with 'stay-behind' family members (Bryceson 2019). Some of the extracts provided earlier already highlight the importance of the family nucleus as central for well-being and this is also present in the writings of several other learners, including the following two examples:

(10) Aharon (Yr. 9, Egypt): *And after my brother comes to Malta I say: "This is my favourite day because we are together"*.

(11) Daniela (Yr. 9 Venezuela): *The day when we arrived in Malta, I was very nervous to see mi papa. I didn't know how to react, at last I saw him and I broke into tears and hugged him very tight. We went home and had a little party, and the next day we went to the beach. These were the most incredible days of my life;*

The importance of the family is also underlined when our learners write about other family members who are not with them in Malta, thereby providing an example of the complex relationships that develop in such circumstances, as illustrated in a number of contributions included in Bryceson and Vuorela (2002). This is especially the case of grandparents, whose physical presence is often missed. Interestingly, in some narrations this sense of nostalgia is associated with traditional food items, which bring memories of their life prior to migration exemplified through episodes shared with elderly members of their family:

(12) Denis (Yr. 9, Albania): *I remember the time I went to my grandparents in the village. I spend a lot of good time with them, how can I say that most of the time I stayed in Shqipria⁵, I stayed with them more, and when I went to my grandparents you could fill the delicious aroma of the dishes that my grandmother pergatiste⁶ evry morning;*

(13) Leandra (Yr. 9, Albania): *I miss the days when I went to my grandparents house in the summer and cooking byrek⁷ with my grandma;*

(14) Artem (Year 10, Ukraine): *Almost all my life I was eating borscht⁸ made by my grandma Olga, and fish soup which was made by my grandpa Volodymir.*

⁵ *Shqipria* is the Albanian nomenclature of the country.

⁶ To prepare.

⁷ *Byrek* is a meat or vegetable pie which is popular in the Balkans.

The narrations pertaining to the family nucleus convey a sense of identity and belonging, as having a shared history with others contributes to a stronger sense of self. Our learners write about the family as a unit that offers a safe environment, especially in a situation wherein migration brings about new challenges in an unfamiliar context. This collective strength is pivotal to most of our learners as the family members with whom they have migrated help them overcome difficult situations, while family members who are not physically present are associated with fond experiences that they shared with them.

Openness to live in contexts other to that of one's origins

Another major theme that emerges from our data-driven analysis is the itinerant nature of our students' lives as a result of their displacement, as shown in Marta's 'multinational' journey:

(15) Marta (Yr. 10, Poland): *Most of my life I lived in Poland. When I was four we moved with my mama, sister and my brother to Belgium. After a year and a half we went back to Poland and lived there till I was twelve. In 2020 we moved to Germany with my mum and my sister. After two years I moved again with my mom and sister to Malta.*

Some students see their experience in Malta as a possible stepping-stone towards other destinations:

(16) Mauricio (Yr. 8, Venezuela): *In my future I would like to live in Korea and life alone⁸*

(17) Marie (Yr. 9, France): *My biggest dream it's live in United States and devenir une actrice. I don't want to stay in Malta;*

⁸ *Borsch* is a soup, recognized as a symbol of Ukrainian culinary tradition.

⁹ The reason for this is because this student writes that he likes music, especially K-pop.

(18) Aleksandr (Yr. 10, Ukraine): *I do not plan to stay in Malta, but I have no desire to go to Ukraine either because of the war. I am waiting for my friends from Iceland;*

Aleksandr's extract is desolately conditioned by the ongoing war in his homeland, because of which he expresses his reluctance to return to Ukraine. Other students, on the other hand, express a desire to return to their country of origin, as in the case of Sofia who provides reasons for this which are related to her affective sphere, also associated to local food specialities (also see extracts 12-14, in Section 4.2):

(19) Sofia (Yr. 11, Serbia): *In the future I plan to live somewhere else. Most probably Serbia. I want to live there because I feel like its my home and most of the people I care about are there. I will make sure my kids know how to make *сарма* and *буреk*¹⁰*

As documented (see, for example, Adamson *et al.* 2011) migration impacts one's sense of belonging, possibly causing identity shifts (Carr *et al.* 2021). This is exemplified from a linguistic point of view through the numerous instances of code-switching that appear in our learners' writings (see examples 4, 7, 12, 13, 14, 17 and 19). The words of Liliana, who chose to write her narration mainly in Italian, explain perfectly how different contexts affect personality and shape identity:

(20) Liliana (Yr. 9, Romania): *Le mie due personalità culturali (ITALIA e ROMANIA). ITALIA città e ROMANIA campagna. Se penso Romania penso subito animali, natura e se penso Italia tutto città, centro commerciali. E se penso Malta non lo so ancora devo ancora scoprirlo in un certo senso (...) Stay in Romania give me a good vibes. I was Liliana at 100%, nothing for worry, I was spensierata.*

This insightful narrative shows that Liliana has yet to settle down in Malta, as she does not identify her personality traits with the host country, whereas she still feels strong ties with her Romanian origin and with Italy, where she spent a number of

¹⁰ Eastern European dishes.

years. Her choice of the term *spensierata* ‘care-free’, expressed in Italian at the end of an utterance in English, shows that she can convey her feelings more accurately by using this language. This ties-in neatly with the final theme that we illustrate in the following paragraph, dedicated to language use.

Openness to different languages

Language use among migrants is a multifaceted matter, ranging as widely as the maintenance of heritage languages to attrition and language loss. Language proficiency, as illustrated in Ispording (2015) is a key driver for inclusion in a host community and helps develop a sense of belonging at school (Cassar and Attard Tonna 2018). The examples we discussed in section 4.3 are inherently tied to an openness that many of our learners demonstrate towards different languages which is a positive indicator of awareness and appreciation of linguistic diversity. This is a noteworthy feature of our data, especially since English is, by and large, their language of schooling, as we explain in Section 1, and that it is used as a lingua franca in order to communicate with local students and with those of different nationalities. In their narrations several students mention the languages they know, besides English:

(21) Amaris (Yr. 7, Albania): *I can speak English, Maltese, Italian and Albanian;*

(22) Mauricio (Yr. 8, Venezuela): *I'm learning English and Maltese, but actually I'm learning more languages by myself;*

(23) Khaled (Yr. 9 Libya): *I can talk in new languages, Maltese, English, Amazigh and I hope to learn other languages too;*

As expected, in some of the narrations, our learners also write about English in positive terms, mainly from an instrumental perspective, highlighting that learning this language and improving their competence in it can be conducive to better inclusion, among other benefits:

(24) Aharon (Yr. 9, Egypt): *And I go training football and I don't speak to anyone in the training because I can't speak English. And my brothers and my dad tell me: "You need to study English" and I spend all day to study English because I can't make a friend and I can't go on without it;*

(25) Hao (Yr. 9, China): *Before I came to Malta I'm very worry because my English is poor in the China. And the some common and basic English words I don't know ... I came here a year ago. I studied some new English words. And my family also help me to study English ... Then I have a lots of friends here. They help me learn English too.*

Some of our migrant learners demonstrate an interest both in maintaining their own language, as in the case of Marie (France), as well as in learning new ones, as Olga (Russia) writes:

(26) Marie (Yr. 9, France): *Yes, my language still more important for me. I am proud because know my anglaise is better;*

(27) Olga (Yr. 10, Russia): *I also started to learn Korean, because after college I want to go to Korea to study. There's very beautiful nature, and a very beautiful language, which I like. I think that the K-pop is also one of the reasons why I want to go there.*

Lastly, we provide the following extract from Amira (Tunisia) and Liem's (Vietnam) narration. Despite their young age they both provide some remarkable metalinguistic reflections on the three languages they know:

(28) Amira (Yr. 7, Tunisia): *I think in all countries the second language should be English because it can spread all over the world. When I came to Malta I don't speak Maltese and I speak a little bit of English. When I learned Maltese I found it easy because 60% looks like Arabic.*

Amira, in a similar manner to other extracts discussed above, shows awareness of the instrumental importance of English. Her observation that English should be a second language “all over the world” is certainly the result of the omnipresence of this language and because of the way its hegemonic role is endorsed through Western media. Amira also demonstrates a heightened metalinguistic awareness regarding the typological proximity between Maltese and Arabic - this could be the case because she is a Tunisian national, as Maltese shares many features with the Tunisian-Arabic Maghrebi variety.

(29) Liem (Yr. 9 Vietnam): *About Maltese, the language is not too hard, but there are a lot of exception words, the grammar a bit confusing and the adjective are interesting. English is one of the most spoken languages in the world and it helps get out of sticky situations. Vietnamese, to put it simply, is not useful, you can only speak to other Vietnamese and the pronunciation is extremely hard, but it's my native language, my culture and it's a part of me.*

Besides providing his thoughts about Maltese grammar, Liem's reflection on how English helps him get 'out of sticky situations' is quite astute, while it is also clear that his perception of his mother tongue, Vietnamese, is conflicting: while stating that it is 'not useful' he also writes that it is a part of him, and this shows that he associates his own identity to his mother tongue, despite being displaced from his distant country of origin.

Discussion and conclusion

Participant research methodologies are particularly valuable in addressing issues of social justice, community development, and empowerment and the *Read Me, Know Me* writing initiative provided a valuable platform for migrant students to narrate their migration stories, fostering both self-expression and intercultural dialogue within the school community. The methodological approach, characterized by its flexibility and sensitivity to the students' needs, ensured that the project was

inclusive and meaningful, allowing each student to engage with the writing process in a way that was personally resonant. Through our research, we argue for the value of writing as a powerful tool for self-expression and communication, enabling students to assert agency over their own narratives, thereby providing readers with a deeper understanding of their lived experiences. This was also important especially in view of the transiency of our learners' educational situation wherein learning English, alongside Maltese, was an important step to help them be placed in mainstream classes. The value of the *Read Me, Know Me* writing initiative does not only lie in the outcomes that it yielded but in the process itself, through which learners were involved in writing their narrations as a means to express their feelings and thoughts, shaped by the identities that they are developing also as a result of their migration experiences. Ultimately, it calls for greater recognition of the voices and experiences of young migrants in shaping policies and practices that promote social cohesion and inclusivity in host communities.

Through the four themes that we identify from our students' writings, namely the Western capitalist dream, the family nucleus as central for well-being, the positive disposition towards the possibility to live in contexts other to that of one's origins and the openness to different languages, we can conclude that the prevailing sentiment of the migratory experience of our learners is one of hope. In many cases, this is also characterised by resilience and by an attachment to one's origins. We see this, for example in the use of their native language/s, sometimes also by reproducing the characters of the alphabet, such as Cyrillic and Arabic, as well as through the terms of endearment used to refer to members of family and friends who they left behind. Our narratives therefore also provide evidence of an identity shift triggered by life events, personal growth and external influences. In a few cases there is also evidence that this is the result of trauma or crisis which produces an identity shift as the person reassesses their life and priorities in the aftermath (see extract 1, Marwa, and extract 18, Aleksandr).

Understanding and navigating these identity shifts can thus be crucial to maintain a sense of well-being and this, of course, is where schooling and education

have a crucial role (Baker and Fox 2020; Navas and Rojas 2021; Baraldi 2023). Whilst one of the major aims of education is to equip students with academic knowledge and life skills essential to aid their adaptation and to boost their confidence and sense of agency, schools also serve as a bridge between different cultures, helping migrant learners connect with their new environment while valuing their heritage. An education that acknowledges and respects diverse identities must empower students with programs that celebrate multiculturalism, that help learners feel valued and understood, reinforcing their sense of self. In this aspect, culturally responsive teaching practices can foster an inclusive atmosphere and classrooms which offer safe environments where students can express their feelings and experiences related to their identities. Such classrooms encourage open discussions about cultural differences and can enhance understanding and acceptance.

From a comparative perspective, while other studies on student narratives are available (Arnot *et al.* 2019; Clark and Kehler 2021; Yau and Cheng 2020; Baraldi 2023), they are still uncommon in comparison to other studies within the larger context of multicultural education policies and practices. Such studies often present quantitative data and general trends and focus on structural factors affecting immigrant children's education, such as institutional frameworks. In this respect, although our study has been carried out in Malta, we augur that it is relevant to other geographical and socio-cultural settings involving migrant learners.

As a follow-up to the *Read Me, Know Me* writing initiative, students were also given the opportunity to engage in a series of "literary chats" with locally established authors. These sessions aimed to inspire students by exposing them to the writing process through direct interaction with experienced writers. Local authors visited the school, reading excerpts from their works and discussing the significance of writing in their lives. Despite their developing English proficiency, students participated eagerly, asking questions and reflecting on the authors' insights. The literary chats served to broaden the students' exposure to diverse narratives and writing practices, thereby complementing the personal narrative work they were undertaking. This holistic approach to the writing project aimed to cultivate a

deeper appreciation for language and literature and to empower students to see themselves as part of a larger literary community, both within the school and beyond. Finally, the initiative came to an end with an evening event whereby members of the school community and parents were invited to attend and listen to their children read out excerpts from their writings, and recite some poems they had written on the theme of migration. One such poem is *Happiness* written by Eva Markov (real name), Yr. 8, from Macedonia. In her poem the young author expresses joy, optimism, and determination as she embraces life's challenges, patiently works towards her dreams, and ultimately finds fulfilment in success. Eva gladly accepted to have her poem included in this contribution and some of her other writings may be viewed in the Appendix.

Happiness – by Eva Markov

Let it rain, let it drizzle.
 Let the wind blow, let it carry away.
 Let's run barefoot across the meadow.
 The sun shares smiles
 with all of us.
 And it tells us joyful news.
 Fulfill your dreams!
 I impatiently count my days every day.
 I weave new plans.
 And I achieve my goals
 drop by drop.
 In the end
 I reach success.

Среќа

Нека врне, нека роси.
 Нека дува, нека носи.
 По ливада да трчае боси.
 Сонцето насмевки ни дели
 И весело ни вели
 Исполнет ги својте цели.
 Нетрпеливо деновите ги бројам
 Секој ден нови планови кројам.
 И своите цели чекор по чекор ги исполнувам.

На крајот успех
постигнувам.

Bibliography

- Adamson, Fiona B., Triadafilopoulos, Triadafilos, Zolberg, Aristide R. (2011), *The Limits of the Liberal State: Migration, Identity and Belonging in Europe*, «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol. 37, n. 6, pp. 843-859. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369183X.2011.576188>.
- Arnot, Madeleine, Schneider, Clara, Welply, Oakleigh (2019), *Narratives of newly arrived migrant and refugee students in secondary education in England: Understanding their emotional and educational journeys*, «Journal of Education Policy», vol. 34, n. 3, pp. 351-370.
- Baker, Samantha C., Fox, James (2020), *Migrant Students' Identity and Well-Being: The Role of Schools*, «International Journal of Educational Research», n. 102, pp. 265-283.
- Baraldi, Claudio (2023) (ed.), *Exploring the Narratives and Agency of Children with Migrant Backgrounds Within Schools: Researching Hybrid Integration*, London, Taylor & Francis.
- Baschiera, Barbara, Calleja, Colin, Camilleri, Liberato, Tessaro, Fiorino, Tanti Burlò, Elena (2016), *Il profilo delle competenze nella percezione dei curricoli formativi delle professionalità educative di supporto: una prospettiva comparata tra Italia e Malta*, «Formazione & Insegnamento», vol.14, n. 2, pp. 219-241.
- Baschiera, Barbara, Caruana, Sandro (2020), *When Migrant Learners are Italian: Perceptions of Learning Support Educators on the Inclusion of Italians in Maltese Schools*, «Italian Journal of Educational Research», vol. 25, pp. 151-164.
- Bryceson, Deborah F. (2019), *Transnational Families Negotiating Migration and Care Life Cycles across Nation-State Borders*, «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol. 45, n. 16, pp. 3042-3064. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1547017>
- Bryceson, Deborah F., Vuorela, Ulla (2002) (eds.), *The transnational family: new European frontiers and global networks*, Oxford, Berg Press.
- Carr, Caleb T., Kim, Yeweon, Valov, Jacob J., Rosenbaum, Judith E., Johnson, Benjamin K., Hancock, Jeffrey T., Gonzales, Amy L. (2021), *An Explication of Identity Shift Theory: Getting Our Shift Together*, «Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications», vol. 33, n. 4, pp. 202-214. DOI: <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000314>.
- Caruana, Sandro (forthcoming), *English in Malta*, in Kingsley Bolton (ed.), *Wiley Blackwell Encyclopedia of World Englishes*, NY, John Wiley and Sons.
- Caruana, Sandro, Scaglione, Stefania, Vassallo Gauci, Phyllisienne (2019), *Multilingualism and the Inclusion of Migrant Learners in Maltese Schools*, in Christopher Bezzina and Sandro Caruana (eds.), *Teacher Education Matters. Transforming Lives ... Transforming Schools*, Malta, University of Malta, pp. 330-343.

- Cassar, Joanne, Attard Tonna, Michelle (2018), *They Forget That I'm There: Migrant Students Traversing Language Barriers at School*, «IAFOR Journal of Language Learning», vol. 4, n.1, pp. 7-23.
- Clark, Kara N., Kehler, Michael (2021), *Refugee students' narratives of school belonging and exclusion in Canadian schools: A phenomenological study*, «Refuge: Canada's Journal on Refugees», vol. 37, n. 2, pp. 45-58.
- Eurostat (2024), *Population and Population Change Statistics*, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_and_population_change_statistics#EU_population_shows_a_strong_increase_in_2023, (last visited 14 August 2024).
- Gauci, Phyllisienne (2017), *Making the Needs of Migrant Learners a Priority*, «European Migration Network (EMN) Newsletter», vol. 3, p.2.
- Gauci, Phyllisienne (2024), *Defying the monolingual mindset – Maltese as a language of identity and belonging*, in Sandro Caruana (ed.), *Malta and Italy: Language, Linguistics, Film and Literature. Writings in honour of Joseph M. Brincat*, Malta, Midsea Books, pp. 149-163.
- Gunella, Chiara, Rodrigo, Javier (2022), *Migration Studies: How Should We Approach Them? Learning Through Participatory Practices. The So-Close Case Study*, «International Journal of Qualitative Methods», vol. 21. DOI: <https://doi.org/10.1177/16094069221144504>.
- Hanna, Helen (2018), *Crossing the border from 'migrant' to 'expert': exploring migrant learners' perspectives on inclusion in a primary school in England*, «Children's Geographies», vol. 18, n. 5, pp. 544–556. DOI: <https://doi.org/10.1080/14733285.2018.1548693>.
- Isphording, Ingo, E. (2015), *What Drives the Language Proficiency of Immigrants?*, «IZA (Institut zur Zukunft der Arbeit) World of Labor». DOI: <https://doi.org/10.15185/izawol.177>.
- Marmarà, Vincent (2024), *S'iharrig' dwar l-istat tal-Ilsien Malti*, Segalytics.
- Ministry for Education (2019a), *A Policy on Inclusive Education in Schools. Route to Quality Inclusion*. MEDE, Malta, https://educationservices.gov.mt/en/Documents/WEB_InclusionDocument_061222.pdf (last visited 16 August 2024).
- Ministry for Education (2019b), *A National Inclusive Education Framework*, MEDE, Malta, <https://educationservices.gov.mt/en/NSSS/Documents/National%20Inclusive%20Education%20Framework.pdf> (last visited 16 August 2024).
- Moskal, Marta, Tyrrell, Naomi (2016), *Family Migration Decision-Making, Step-Migration and Separation: Children's Experiences in European Migrant Worker Families*, «Children's Geographies», vol. 14, n. 4, pp. 453-467. DOI: <https://doi.org/10.1080/14733285.2015.1116683>.

- National Statistics Office (2021), *Census of Population and Housing*, <https://nso.gov.mt/wp-content/uploads/Census-of-Population-2021-volume1-final.pdf>.
- National Statistics Office (2023), *National Statistics. Pre- Primary, Primary, and Secondary Formal Education: 2021- 2022*. NR 187/ 2023, <https://nso.gov.mt/pre-primary-primary-and-secondary-formal-education-2021-2022/>.
- Navas, María, Rojas, Cristina (2021), *Cultural Identity and Well-Being in Adolescents: The Role of School Context*, «Journal of Youth Studies», vol. 24, n. 8, pp. 1039-1055.
- Sultana, Ronald, Gellel, Adrian M., Caruana, Sandro (2019), *Teacher Education in Malta*, in Konstantinos G. Karras and Charl C. Wolhuter (eds.), *International Handbook of Teacher Education*, Nicosia, Cyprus, H.M. Studies & Publishing, pp. 397-414.
- Gauci, Phyllisienne (2017), *Making the needs of migrant learners a priority*, «European Migration Network (EMN) Newsletter», vol. 3, p. 2.
- Vella, Alexandra (2012), *Languages and language varieties in Malta*, «International Journal of Bilingual Education and Bilingualism», vol. 16, pp. 532-552. DOI: <https://doi.org/10.1080/13670050.2012.716812>.
- Ead. (2023), *After COVID exodus of EU workers, third-country nationals bolstered Maltese workforce*, «Malta Today», 13 February 2024., https://www.maltatoday.com.mt/news/data_and_surveys/121246/after_covid_exodus_of_eu_workers_thirdcountry_nationals_bolstered_maltese_workforce (last visited 16 August 2024).
- Vitus, Katherine (2021), *Forming the capacity to aspire: young refugees' narratives of family migration and wellbeing*, «Journal of Youth Studies», vol. 25, n. 3, pp. 400–415. DOI: <https://doi.org/10.1080/13676261.2021.1886263>.
- Yau, Jenny, Cheng, Hui (2020), *Listening to immigrant students' voices: Personal narratives and educational experiences in U.S. schools*. «Educational Studies», vol. 56, n. 3, pp. 296-313.

Biographical note

Sandro Caruana is Professor of Italian language teaching methodology. Educated in Malta and at the University of Pavia in Italy, he served as Dean of the Faculty of Education at the University of Malta from 2015 to 2019. His teaching portfolio includes courses on Italian language pedagogy, linguistics, sociolinguistics, and intercultural communication. His research interests encompass multilingualism, language attitudes, second language acquisition, language contact, audiovisual input, and the Italo-Romance influence on the Maltese language. Recently, his work has focused on the inclusion of Italian migrants into Maltese society and schools. He has contributed to numerous international research projects, published extensively in academic journals, and shared his findings at numerous conferences, including delivering keynote addresses. In recognition of his significant contributions to promoting Italian culture and fostering strong ties between Italy and Malta, he was honoured in 2018 with the title of Ufficiale dell'Ordine della Stella d'Italia.

sandro.caruana@um.edu.mt

Phyllisienne Vassallo Gauci is Resident Senior Academic at the Faculty of Education, University of Malta, where she holds courses on language teaching and learning, interlanguage and intercultural pragmatics and heritage language maintenance. She has contributed to a number of international projects on multilingualism, plurilingual education and language mediation.

phyllisienne.gauci@um.edu.mt

How to cite this article

Caruana, Sandro e Gauci, Phyllisienne (2024), *Voices in Translation. Exploring the Personal Narratives of Newly-Arrived Learners in Malta*, «Scritture Migranti», n. 18, 2024, pp. 343-352.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente

attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

SCRITTURE/VISIONI

APPENDIX - WRITINGS

Eva Markov

The echo of my heart

The red parts inside the heart are all that is good in us and has not been hurt, while the empty spaces in it represent the work that is yet to be done to achieve wholeness.

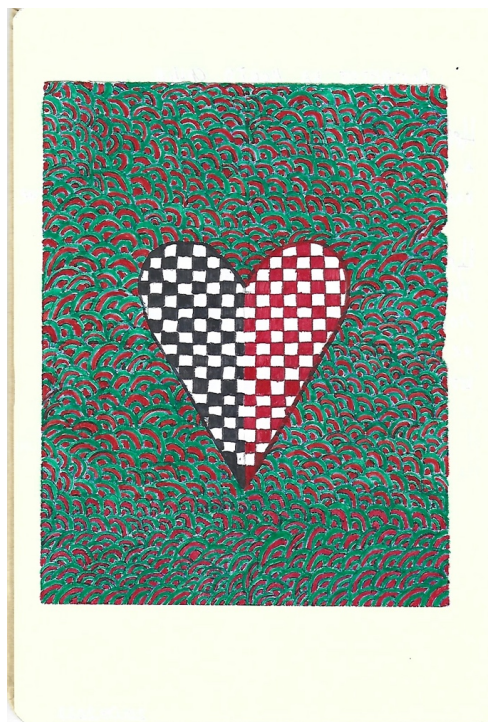
The black parts symbolise all that has been hurt, broken and shattered in us by people, while the empty spaces in it represent the negative people and negative work that had previously damaged us but now don't hurt anymore, and thus do not represent a problem in our life any longer.

Потретот на моето срце

Црвеното парче е добро и не повредено, а празнините во него се работи кој недостасваат за да биде едно парче.

Црното парче е повредено, скршено и уништено од луѓето, а празнините во него се лошите луѓе и лошите работи кој веќе не ни наштетуваат и не не повредуваат, што значи помалку проблеми во животот.

20.04.2023 Eva Markov, Malta



Hidden story

Each instrument has its own story. And every person has his own story. Don't judge a man's behavior because of his outer appearance. A story is hidden behind the sound of the instrument, and you don't know what story is hidden behind that person's behaviour. Don't judge people until you hear their story.

Скриена приказна

Секој инструмент има своја приказна. И секој човек има своја приказна. Не го осудувај звукот на инструментот , поради својот надворесен изглед .Не го осудувај однесувањето на човек, поради својот надворешен изглед.Незнаеш каква приказна се крие позади звукот на инструментот , и незнаеш каква приказна се крие позади однесувањето на човекот.Не ги осудувај луѓето додека не ја дознаеш нивната приказна.

25.04.2023 Eva Markov, Malta

A sun that will never come back

Over there, behind the mountains,
a bleeding sun is setting.
Dark clouds approaching, it starts to rain:
A violent rain that never stops.
If only I knew that such a sun
would never warm me up again!
For the very last time I would have walked
Until those burning rays
Would have filled me with warmth.

Сонцето кое никогаш не се врати

Таму зад планините,
Крваво сонце зајде.
Темни облаци дојдоа, дожд почна.
Силниот дожд никогаш не престана.
Да знаев дека сонцето,
никогаш понторно нема да изгре!
За последен пат ќе шетав.
Додека неговите жешки зраци ќе ме грееа.

06.06.2023 Eva Markov, Malta

Biographical Note

Eva Markov was born in Macedonia on February 17, 2010. She moved to Malta in 2022, where she began writing poetry. In her free time, she enjoys writing and taking walks by the sea.

sandro.caruana@um.edu.mt

How to cite this article

Markov, Eva (2024), *Apprindix – Writings by Eva Markov*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 355-359.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License. Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

THE FOURTH ROAD, AULÒ, BEYOND THE FRAME, AND MAKÀ:
A STUDY GUIDE

Simone Brioni and Lorraine Hallett

This study guide is aimed to help students explore four documentaries about postcolonial culture in Italy: *The Fourth Road*, *Aulò*, *Beyond the Frame*, and *Makà*. It is the result of a reflection and collective work by a professor who wrote the films and a teaching assistant and previous student of a course on migration studies. Each film features a prominent African Italian writer, respectively Kaha Mohamed Aden, Ribka Sibhatu, Ubah Cristina Ali Farah and Geneviève Makaping. After a brief plot summary, the study guide includes questions about various elements of cinematic style, such as sound, lighting, and genre conventions. It also explores themes related to migration cultures, including the feelings of multiple belonging and unbelonging experienced by immigrants. Additionally, the guide investigates spatial issues such as ghettoization, the spatialization of memory, and the concept of intimate and affective geography. Specific questions address the histories of Somalia, Eritrea, Cameroon, and Italy.

Keywords

Colonial Memory and Legacy; Migration; Documentary; Critical Race Studies; Black Italians

THE FOURTH ROAD, AULÒ, BEYOND THE FRAME, AND MAKA: A STUDY GUIDE

Simone Brioni and Lorraine Hallett

THE FOURTH ROAD (2012; LA QUARTA VIA)



Synopsis

Kaha Mohamed Aden, an Italian writer originally from Somalia, narrates her memories of Mogadishu, her hometown, and reconstructs its story in Pavia, the Italian city where she has lived for twenty years. Mogadishu is the capital city of Somalia – an Italian colony from the late 19th century until the mid-20th century – is divided into five main roads, each corresponding to different historical periods. The «fourth road» symbolizes the realities of the civil war, but also negates the preceding periods and makes it necessary to set our hopes on a «fifth road». Aden tells the history of Somalia through her family history, and she shows how personal stories can successfully disrupt nationalist and homogeneous accounts of Italian identity.

The History of Somalia

- What is the time span of the events Kaha Mohamed Aden discusses in *The Fourth Road*? According to her, what are the main periods in which Somali history can be divided? What characterizes these periods?
- The case of Somalia's trusteeship is unique in the decolonization of Africa. Why do you think Italy, the former colonizer, was chosen to administer Somalia from 1950 to 1960? What does this relationship indicate? How is Italian Somalia presented in the 1960s newsreel included in *The Fourth Road*?
- How does Kaha Mohamed Aden describe the Somalia of her childhood?
- How does the film expand, challenge, or change your ideas about women in Somalia? Your ideas about the veil?
- How would you define the term «diaspora»? To what extent is the Somali diaspora similar to other diasporas (i.e., Jewish, Italian, Armenian)? How is it different?

The Somali Civil War

- What do you know about the civil war in Somalia? Try searching for information online about this historical event.
- How do you think the experience of living around a conflict and then moving to another country, especially one that has a direct link to this instability, would affect a person?
- At the end of the film, Kaha Mohamed Aden says that she was able to think of the home she left behind in Mogadishu only when she had a new home in Pavia. Why do you think this is? How are our memories and sense of nostalgia affected by traumatic or substantial events like emigration and the adjustment to a whole new culture and society?

Redefining Italianness

- What do you think it means to be Italian for Kaha Mohamed Aden? How does she define her sense of national belonging?
- What were the major historical events and social trends in Italy in the early 2010s? Which of these events and issues are addressed in the film?

An Affective Map

- How are each of the roads on Kaha Mohamed Aden's map depicted? What is the significance of each one in constructing the Somalia that she remembers leaving?
- The idea of reconstructing Mogadishu by drawing it on a sheet of paper stems from the desire to make it survive in memory. How do you think memory and writing/drawing relate to each other? Do you find this practice to be more meditative and cathartic, or something that is perhaps too painful or emotionally draining?
- *The Fourth Road* presents an affective and individualized map of Mogadishu. Try to remap your city, talking about three places that are most dear to you, or three places/neighborhoods that you think critically define your city. Where are the places you feel the most at home? What are these places and how are they characterized in your perception? How do you think they are perceived by other people from your city or people who are visiting from somewhere else? Do these three places coincide? Are they connected, or contextually separate from one another?

A quote

- The following quote appears in the film: «Being grounded is not necessarily about being fixed; being mobile is not necessarily about being detached» (Ahmed, Castañeda, Fortier, Sheller 2004, 1). What does this quote mean? How is it

relevant to Kaha Mohamed Aden's story? How do you think this statement relates to the way in which emigration is commonly perceived?

- Do you think in some ways Kaha Mohamed Aden's narrative challenges the mainstream media's portrayal of African migrants and the depiction of their home country? Do you view Somalia or Italy any differently than you did before watching the movie? Do Kaha Mohamed Aden's reflections around migration shift the way you characterize it?

AULÒ (2012)*Synopsis*

Ribka Sibhatu, an Italian writer and essayist originally from Eritrea, presents the history of her homeland, in her current city, Rome. In her imaginary trip backward through her memories, she is accompanied by a young Italian man, who shares her same interest in exploring the relationship between personal identity and national belonging. Ribka Sibhatu's own story intersects powerfully with the stories of the Eritrean diaspora and highlights how the legacy of Italian colonialism in Eritrea continues to influence the present. Through the writer's voice, the words and poems of Eritrean men and women fill the symbolic spaces of the Italian capital. They create a counter-narrative that questions the role of monuments glorifying colonization in Africa.

Before the Screening

- What do you know about Italian colonialism? How does this compare to your conception of colonialism in a wider picture?

- *Aulò* was filmed in Rome. Have you ever been to this city? What do you think are the most representative monuments and places of this city? What is significant about Rome's history?
- Have you ever heard of Eritrea before this movie? If so, what was your impression of the country and its history?

The Beginning

- The film begins with the coffee ceremony, a symbol of Eritrea's culture. This ceremony can last for hours. Coffee is also one of the symbols of Italy, though it is not a native product. What does coffee represent in *Aulò*? What role do cultural elements such as food or traditional objects play in narratives about migration?
- What is Ribka Sibhatu's «home» country? How is it represented in the film, and how does she perceive herself in relation to it?

Three Locations



Fig. 1 Il Vittoriano



Fig. 2 Roma Termini



Fig. 3 San Salvatore in Campo

- After watching *Aulò*, contemplate whether the film features places in Rome that you knew of or have seen before. How have these places been presented to you in the past, how was their meaning conveyed?
- Having the perspective of someone from Eritrea such as Ribka Sibhatu, does it change the way you perceive the culture of Rome or Italy in general?

- The first scene pictures Ribka Sibhatu centered in a visual right outside of the Vittoriano (Fig. 1). What initially comes to mind when you see this screenshot? Why do you think this visual was used as the movie poster? What is the intended message behind this decision? How can the arrangement of people within a certain shot or frame change the way the scene is received and encoded by the audience?
- What does the Termini station (Fig. 2) represent in the affective geography described by Ribka Sibhatu?
- What is the significance of the interview scenes with Ribka Sibhatu in front of the church of San Salvatore in Campo (Fig. 3)? In what facets do you think Ribka Sibhatu's story, struggles, and journey are related or similar to the experiences of the Eritrean and Ethiopian people inside the church? If these connections exist, how do you think they are preserved in places of worship? What part does religion play in uniting or dividing people, especially those from a country that has experienced colonization and sometimes forced conversion?
- Do you think different religions could co-exist in Rome the same way they do in Asmara? Why?
- Considered comparatively, can Italy be defined as a multi-cultural society? If a multicultural society is a place that different ethnic communities can peacefully co-inhabit, does this genuinely exist anywhere? Consider this question while also pondering how multicultural societies are created.

Remembering a Date: October 3, 2013

- Ribka Sibhatu wrote a poem to remember the shipwreck of Lampedusa on October 3rd, 2013 (2016), which resulted in about 368 deaths and about 20 presumed missing. This boat was carrying hundreds of immigrants from Libya, Eritrea, Somalia, and Ghana on their way to Italy. What strikes you about the poem? What kind of images are used to describe the tragedy?

- What do poems or pieces of literature about historical events communicate that other mediums cannot?
- This poem was written by a living Black Italian poet. Have you read many literary texts by Black authors during your schooling? How many of them were women?
- Do you think that labels such as «post-colonial,» «migration,» «Black» literature contribute to including or excluding these voices?

Maternity and Family

- In the film, audiences are introduced to Ribka Sibhatu's daughter, Sara Moyret, who was born and raised in Italy. Sara talks about the benefits that come from her multicultural background. What are the benefits she is referring to? How does being connected to a multitude of cultures influence the way in which we traverse and perceive the world around us?
- How is the presence of maternity characterized over the course of the two scenes in which Ribka Sibhatu talks about wanting to be considered «Roman» and Sara talks about her identity?
- How do you think the realities of being a mother and a migrant interact with each other? How can cultures be preserved or erased through someone's children and family?
- Why do you think Ribka Sibhatu thinks she'll never be considered Roman, but Sara might? Why does she hope this for her?
- Sara talks about how drawing complicated her identity in the sense that she stopped drawing Black people for a time, but photography helped her reconcile with this activity. How are photos sometimes honest or telling in a way that drawn images are not?
- In what ways can art construct or distort our identities?

- Is immigration a generational condition? What do you think of the term «second-generation immigrant» to call the children of immigrants like Sara? Would it be better to say that Sara is a «first generation Italian»?

After the Screening

- How does a colonial presence shape our conceptions of personal and cultural identity, both on the side of the oppressor and the oppressed?

Comparing Different Experiences of Migration

- Do you know other people who have migrated to your country or emigrated abroad? People who were born in a city other than the one in which they live? Ask them to tell you their stories and how they remember their other «home». Can you find any similarities and differences with Ribka Sibhatu's story? Can all stories of migration be read the same way?

BEYOND THE FRAME (2023; OLTRE I BORDI)*Synopsis*

The fortuitous discovery of a box of photographs taken in Italian East Africa in the 1930s by a distant relative prompts more general considerations about the colonial gaze and its legacy. In a narrative that interweaves personal reflections and collective history – shared by both colonizers and colonized – this film invites us to look at what is left «beyond the frame» from colonial photography. A revelatory and personal film, *Beyond the Frame*, discusses colonial photography and challenges the gaze through which it framed Africa.

The Title

- The film's title comes from the following quote: « No story is ever simple. Every photograph extends beyond the frame», which originates from an interview with Maaza Mengiste, an Ethiopian American writer (2016, 182). Why was this title chosen for the film? What is the quote's meaning or intent given the context of *Beyond the Frame*?
- What does the verb «to frame» mean in English?

- What is the meaning behind the title of the film, in a physical, and metaphorical sense?

Three Colonial Photographs

These are some of the photographs that were taken by Giulio Brioni in Ethiopia during the 1930s. Look at these images and list the people, objects, and activities that you see. Try to attach a characteristic to each of these.



Fig. 4 Askaris



Fig. 5 Giulio Brioni surrounded by African children



Fig. 6 Italian soldiers

Askaris (Fig. 4). Questions:

- What story or stories could be found in these pictures? If you could split this scene into different pieces, where would you divide them?
- What's the first thing you noticed? Why did you notice this first?
- What do you feel the general atmosphere of the photo is?
- What do you think this photo says about the way the supposed African Other was perceived during a time of Fascism and colonization? How do you think the African Other is perceived now?
- What role does a photographer have in framing what is happening in an image?
- What did you learn from this photo that you don't think you'd be able to from elsewhere?

- Do photos and other types of visual media shape how the past is perceived or understood?

Giulio Brioni surrounded by African children (Fig. 5). Questions:

- What do you think is going on in this picture? What can you deduce from it?
- Who is at the center of the picture? What strikes you about the figures represented?
- What would you name this photograph?
- What audience do you think this photo is intended for? What led you to this conclusion?
- Why do you think this photo was taken? List the evidence from the picture or your knowledge of the period that supports this.
- What general message does this photo communicate to you?

Italian Soldiers (Fig. 6). Questions:

- What historical or social events may have influenced or led to the production of this photograph?
- Consider the point of view of the photographer. What interest do you think they had in producing this photograph?
- How does the framing of this picture visualize these men?
- Is it a pleasant feeling to feel a part of a group of people? How can organized forms of camaraderie sometimes be dangerous?
- Have you ever had to wear a uniform? How did it make you feel? How do you think these men felt in their uniforms? What is the power behind a uniform, and how does this fluctuate depending on what institution it comes from?

- Besides the purpose of identification and ranking, what is a uniform for? What does it establish? How does it act as a tool for separating and uniting people, for creating the teammate and the enemy?

Sound

- Take notes on the sounds you hear throughout the movie. Which sounds come from the world within the film (diegetic), and which ones are external (extra-diegetic)?
- How are both these applications of sound used within the film?
- How do extra-diegetic sounds shape the way we perceive a film?
- How did the voice-over narration influence the way in which you looked at the photographs?
- Why do you think the film begins with a monologue and ends with a dialogue?

The movie poster

- The poster of *Beyond the Frame* was made by Jane Yun. Why do you think she used these colors? Why was a photograph that does not picture Giulio Brioni chosen? What is this poster trying to communicate?
- How does the poster coincide with or relate to the ending scene of the film?
- Why do you think a map of Brescia was placed over the background of the poster?

An Italian Town: Brescia

- In this scene, the protagonist is considerably shrunken in comparison to the scope of the size of the architecture using a wide shot. Why do you think this technique is being applied?
- What historical period does the visual evoke? Why do you think such grand buildings were built in Italy during Fascism? Can you think of any similar examples in the United States, or any other country?
- The documentary shows a map of Brescia, a city in Northern Italy. How do maps change our perception of space?
- Think of three adjectives that encompass how Brescia was portrayed in the film. How does Brescia compare to how Rome is portrayed in *Aulò*?
- The collective Viva Zerai! made an online map of places celebrating Italian colonialism in Italy. Do a little research on these places and what historical characters are celebrated by toponymy. Are there any controversial monuments in your city? Would you argue that they should be torn down or reworked to create a new meaning?
- In the U.S., there is much debate about whether Confederate statues or statues of controversial white historical figures like Christopher Columbus should be

removed. What do you think of this conflict? Do you think the existence of these statues is a reminder of the tragedies of the past or a commemoration of backwards power structures? Does this mean they should be taken down or reflected on with the context of their backstory?

Ubah Cristina Ali Farah

Ubah Cristina Ali Farah – a Somali Italian writer and poet, and the author of two novels translated in English: *Little Mother* (2011) and *Commander of the River* (2023) – is interviewed in the second part of the film.

- Do you agree with her that it is not possible to understand today's migration from Africa without studying the history of colonization, considering how colonial borders, economic exploitation, and cultural disruptions have shaped current migration patterns?
- How do you think historical narratives would change if they were told from a female perspective?
- Think about the two poems recited in the film: Angelo Canossi's *Ai fiöi chè part pèr l'Africa* (1935; To the Sons who Go to Africa) and Ubah Cristina Ali Farah's *Axum* (2006) and How can poetry serve as a powerful tool to heal individuals and communities, and in what ways might it also have the potential to harm or destroy?

The Story of Your Family

- In the introduction sequence of the film, the protagonist discusses how he discovered a box of photos of a man called Giulio while he was in East Africa, through a distant cousin of his also named Giulio. This leads him to the historical, familial, and ethical exploration that occurs throughout the movie. Have you ever had an instance where family photos, stories, or experiences have

directed you in the same way? Why did this happen? How did it affect the way you viewed yourself in relation to your family and heritage?

- How is Giulio depicted? Do you think the documentary provides a fair representation of him? Is it possible for us to neutrally analyze someone we are related to?
- It is mentioned during the film that most white Italians have a box like the one in Giulio's photos in their home, preserving a memory of Italian colonization. How would you feel by finding a similar box? What would you do with these pictures and why?

MAKA (2023)



Synopsis

Maka is a documentary about Geneviève Makaping, a Cameroonian Italian anthropologist, writer and the first Black woman to be named the director of a newspaper in Italy. The film offers a detailed firsthand account of Geneviève Makaping's journey of migration from Cameroon across the desert and the Mediterranean Sea, her arrival in Italy in 1982 following the tragic death of her partner, her success as a journalist and television host, and her more recent relocation and current teaching job in Mantua. *Maka* explores how the perception of migration and race has changed since Geneviève Makaping first came to Italy in

the 1990s. *Maka* is a bold statement about what it means to be Other, to be a woman, and particularly a Black woman, in Italy.

The Beginning

- What is the purpose of beginning the film with a quote from the *Aeneid* written in Arabic and one from the Koran as well? What do they facilitate in the exploration of identity that is about to come?
- Why do you think Elia speaks in Arabic rather than Italian? What is the contrast present in speaking these two languages?

Themes and Motifs

- Can you describe a single moment or scene in the film that you could relate to? How did this moment make you feel? Why could you relate to it?
- From your perspective, what is the main purpose of *Maka*? If you had to describe it to someone unfamiliar with its contents, how would you go about it? Do you think certain takeaways are more vital than others?
- Is there any new information you obtained from watching this film that you would consider transformative or substantial to your understanding of certain topics?
- In her book *Reversing the Gaze: What if the Other Were You?* (2023), Geneviève Makaping writes « I look at myself looking at those who have always been looking at me» (2023: 51). How is this oppositional gaze presented in *Maka*? How are questions of looking and being looked at presented in the film?
- If you could ask someone in the film a question, who would it be and what would you ask them? Would this be a difficult question to ask?

- Are the ideas communicated in *Maka* relevant to general audiences, or does the film contain concepts that are only significant for particular demographics to receive? How do you think a general audience would interact with the movie?
- Would there be a contrast in people's reaction to the film now as opposed to if it was made twenty years ago?
- *Maka* was made during the COVID-19 pandemic. Is this fact referenced indirectly and directly? Why do you think this is? Does it shape the film in any specific way that is notable to your viewing?

The Documentary Genre

- *Maka* is a documentary yet possesses elements that are not completely realistic. What are they? What is their significance to the film itself, and the context they are placed within?
- How do we typically picture a documentary? In what ways does *Maka* subscribe to or diverge from these expectations?
- Do you find *Maka* similar to other movies you may have seen about immigration? How does this film compare with the other films in this guide in terms of characteristics or defining features?

The Hairdresser

- The scene at Mercy's house includes two women talking to each other without referring to a man. Can you think of any other films or TV shows where this occurs off of the top of your head?
- How is the scene at Mercy's integral to the message of the film? What, if anything, does it reiterate?
- How are hair and other physicalities connected to beauty explored or presented in the film? How does Geneviève Makaping's style characterize her?

The Protagonist: Geneviève Makaping

- Which groups does Geneviève Makaping say that she feels a part of?
- What are some of the quintessential aspects of Geneviève Makaping's journey from Cameroon to Italy in regard to how they shift her perception of the world and herself?
- Were there any viable alternatives to emigration for Geneviève Makaping, what do you think staying in Cameroon would have meant for her? Try to imagine and discuss what her life would have been like if she stayed.
- Geneviève Makaping describes crossing the Mediterranean as a new birth. Do you think it's possible to be reborn out of an experience? Has your state of being or the world around you ever been altered in this way, and do you think these kinds of transformations are constructive to our development?

Labeling

- In the clip of Geneviève Makaping on TV in 2002, she corrects the host when he says she was the first «colored» editor of a newspaper, asserting that she is proud of being identified as Black. What do you make of this? Why do you think people sometimes feel uncomfortable with saying Black and prefer to identify someone as «colored»? What are the implications of these labels? What does it mean to be «colored»? Why white people are not considered to be «colored»?
- Think back to the scene where the filmmakers discuss translating the derogatory term «terrone». What is the conflict of their discussion? Who do you agree with? Is it okay to use derogatory terms for educational or interpretive purposes? Or should words like this not be spoken entirely? Does the meaning of a word change with intention, or is it always grounded in its origin?
- How important is it for minorities to be represented? Think about specific case studies (i.e. *The Little Mermaid* (2023)) and discuss whether the increased

representation of Black people in U.S. TV programs and movies has had tangible effects in creating a more inclusive US society.

Lighting



- In looking at the sequence where the protagonist's skin color is shifted by the movement of shadows, what can you learn about the protagonist?
- Can you describe a moment or scene from the movie that inspired, resonated, or struck you in some way? Why do you think it made you feel this way?
- How does the lighting scheme in this sequence shape your idea of the main character? in what ways does the lighting in the film alter, support, or reconstruct the narrative?
- Is there a moment or scene from the movie that you could relate to? If so, why is this and how did it affect the way you perceive the condition of identity? If not, why do you think that is? Do you think you have to directly relate to something to fully comprehend it and the sentiments it contains?

National Belonging and Citizenship

- How is Italy portrayed and how does Geneviève Makaping feel about the country? How does she perceive herself in relation to it? Did this film alter your picture of Italy at all?
- According to Geneviève Makaping, how has the perception of immigrants in Italy changed over time? Do you think emigrating there would be a different experience for her now, or that she would find herself in similar situations and encounters?
- Why do you think Geneviève Makaping chose to become an Italian citizen while wearing traditional Cameroonian attire? Was this a vital choice for her? Why do you think she was questioned by some of her Italian and Cameroonian friends?
- In her lesson, Geneviève Makaping shows an image of the victory of Libania Grenot, Maria Benedicta Chigbolu, Ayomide Folorunso, and Rapfaela Lukudo at the 2018 Mediterranean Games. Why is this picture interesting, and relevant to Geneviève Makaping's narrative?
- In your opinion, does the image celebrate 1. A national triumph for all of Italy, 2. A personal triumph for each of these athletes, 3. A triumph for all people of the African diaspora? Is it possible for all three of these to be true simultaneously?

Geographies and Maps

- Which characteristics or issues predominately compose the perception of the relationship between the North and the South, both in Italy and in a global context? What do you perceive the North and South to be in both respects? Who constructs these perceptions?
- How large is Cameroon compared to Italy? To answer this question, compare a map of Cameroon in the Peters projection and with a map in the Mercator projection.

- How do the maps in the film accompany the narrative of space and how space is traversed on an individual level?

Art and Beauty

- Towards the end of the film, there is a sequence in which Geneviève Makaping explores the Ducal Palace in Mantua and looks at paintings from the Renaissance period, depicting Black servants and noblemen. How does her dialogue with these painted figures emphasize or subvert their context of production?
- How are the ways the art is presented visually and through the dialogue pertinent to understanding the cultural impacts of the Renaissance and its construction of beauty?

Research proposal: Decolonization of Cameroon

- Conduct research on the decolonization process in Cameroon. What is your understanding of a decolonization process? How is the decolonization of this country similar to or different from Somalia? What are these countries' relationships with the countries that colonized them?

Bibliography

- Ahmed, Sara; Castañeda, Claudia; Fortier, Anne-Marie; Sheller, Mimi (2004) *Uprootings/Regroundings: Questions of Home and Migration*, London, Berg.
- Ali Farah, Ubah Cristina (2006) *Little Mother*, trans. by Giovanna Bellesia Contuzzi and Victoria Offredi Poletto, Bloomington, Indiana University Press.
- Ali Farah, Ubah Cristina (2011) *Axum*, trans. by Cristina Viti. «Wasafiri», n. 26, pp. 18-24.
- Ali Farah, Ubah Cristina (2023) *Commander of the River*, trans. by Hope Campbell Gustafson, Bloomington, Indiana University Press.
- Makaping, Geneviève (2023) *Reversing the Gaze: What if the Other Were You?*, ed. by Simone Brioni, trans. by Giovanna Bellesia Contuzzi and Victoria Offredi Poletto, New Brunswick, Rutgers University Press.
- Mengiste, Maaza (2016) *Bending History*, «Nka: Journal of Contemporary African Art», n. 38-39, pp. 182-185.
- Sibhatu, Ribka (2016) *In Lampedusa*, trans. by André Naffis Sahely, «Modern Poetry in Translation», n. 1, <https://modernpoetryintranslation.com/poem/in-lampedusa/>.

Further Readings

- Brioni, Simone (ed.) (2012), *Somalitalia: Quattro vie per Mogadiscio/ Somalitalia: Four Roads to Mogadishu*, trans. by Alberto Carpi. Roma: Kimerafilm.
- Id. (2014), *Autotraduction, traduction interculturelle et intersémiotique dans La quarta via de Kaba Mohamed Aden*, «Écritures», n. 7, pp. 203-221.
- Id. (2014), *Across Languages, Cultures and Nations: Ribka Sibhatu's Aulò*, in Patrizia Sambuco (ed.), *Italian Women Writers, 1800-2000: Boundaries, Borders and Transgression*, Madison, Teaneck, Fairleigh Dickinson University Press, pp. 123-142.
- Id. (2016), «Un pas que ma jambe se refuse à faire»: expériences collaboratives et croisement de regards sur le colonialisme italien, in Paola Cabot-Ranzini (ed.), *Les littératures de la Corne de l'Afrique. Regards croisés*, Paris, Karthala, pp. 173-202.
- Id. (2023), *On the Making of Maka: Collaborative Practices, Autotheory, and Diversity*, «The Italianist», vol. 42, n. 2, pp. 197-210. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614340.2022.2129489>.
- Brioni, Simone and Gianmarco Mancosu (2023), *Remediating Family Memories of Italian Colonialism: The Documentary Beyond the Frame*, «Forum Italicum», vol. 11, n. 2, pp. 512-535.

- Johnson, Rachel (2023), *Producing Maka: Hybridisation and Dialogue in Academic Filmmaking*, «The Italianist», vol. 42, n. 2, pp. 211-219. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614340.2022.2090063>.
- Luijnenburg, Linde (2023), *The Three Layers of Elia Moutamid's Cinema*, «The Italianist» vol. 42, n. 2, pp. 220-228. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614340.2022.2129526>
- Romeo, Caterina (2022), *The Intersectional Counter-Gaze of Geneviève Makaping in Traiettorie di sguardi*, «The Italianist», vol. 42, n. 2, pp. 189-196. DOI: <https://doi.org/10.1080/02614340.2022.2126108>.
- Sibhatu, Ribka (2012), *Aulò! Aulò! Aulò! Poesie di nostalgia, d'esilio e d'amore. / Aulò! Aulò! Aulò! Poems of Nostalgia, Exile, and Love*, ed. by Simone Brioni, trans. by André Naffis-Sahely. Roma: Kimerafilm.

Filmography

- Brioni, Simone; Chiscuzzu, Graziano; Guida, Ermanno (2012). *La quarta via*. <https://openddb.com/movies/the-fourth-road/>.
- Id. (2012). *Aulò*. <https://openddb.com/movies/aulo/>.
- Brioni, Simone; Sandrini, Matteo (2023). *Oltre i bordi*. <https://openddb.it/film/oltre-i-bordi/>.
- Marshall, Rob (2023), *The Little Mermaid*.
- Moutamid, Elia (2023), *Maka*. <https://openddb.it/film/maka/>.

Websites

- Kaha Mohamed Aden, <https://ilcs.sas.ac.uk/research-centres/centre-study-contemporary-womens-writing-ccww/ccww-author-pages/italian/kaha>.
- Makaping, Geneviève, <https://ilcs.sas.ac.uk/research-centres/centre-study-contemporary-womens-writing-ccww/ccww-author-pages/italian/genevieve>.
- Ribka Sibhatu, <https://ilcs.sas.ac.uk/research-centres/centre-study-contemporary-womens-writing-ccww/ccww-author-pages/italian/ribka>.
- Viva Zerail, https://umap.openstreetmap.fr/de/map/viva-zerai_519378#6/41.500/14.348.

Biographical notes

Simone Brioni is a Professor in the Department of English at Stony Brook University. He specializes in the literary and cinematic representation and self-representation of migrants, and the legacy and memory of Italian colonialism. His publications include *The Somali Within: Language, Race and Belonging in «Minor» Italian Literature* (2015), *The Horn of Africa and Italy: Colonial, Postcolonial and Transnational Cultural Encounters* (co-edited with Shimelis Bonsa Gulema, 2018), *Italian Science Fiction: The Other in Literature and Film* (co-written with Daniele Comberiati, 2019), and *Crazy Fish Sing* (2024).

simone.brioni@stonybrook.edu

Lorraine Hallett is a graduate student at Stony Brook University. She is interested in migration literature, decoloniality, and the impact of gentrification on marginalized communities. She is currently an editorial intern for the English section of the daily news publication *La Voce di New York*.

lorraine.hallett@stonybrook.edu

Come citare questo articolo

Brioni, Simone, Hallett, Lorraine (2024), *The Fourth Road, Aulò, Beyond the frame, and Maka: A Study Guide*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 361-386.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

LA QUARTA VIA, AULÒ, OLTRE I BORDI, E MAKA:
ATTIVITÀ DIDATTICHE

Simone Brioni

Queste attività didattiche si propongono di esplorare quattro documentari sulla cultura postcoloniale in Italia: *La quarta via*, *Aulò*, *Oltre i bordi* e *Maka*. Ogni film ha come protagonista una scrittrice africana italiana, rispettivamente Kaha Mohamed Aden, Ribka Sibhatu, Ubah Cristina Ali Farah e Geneviève Makaping. Ciascuna sezione presenta un breve riassunto della trama, comprende domande sulle storie di Somalia, Eritrea, Camerun e Italia e sullo stile cinematografico (suoni, uso delle luci, fotografia). Le attività esplorano questioni relative all'appartenenza nazionale, alla rappresentazione degli immigrati nei media, alla spazializzazione della memoria e alle geografie intime e affettive che caratterizzano le culture degli immigrati.

Parole chiave

Memoria ed eredità coloniale; Migrazione; Documentario; Studi critici sulla razza; Italiani neri

Ringraziamenti

Si ringrazia Bruna Zanelli che ha collaborato alla stesura e alla revisione di queste attività didattiche.

<https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/21210>

This study guide is aimed to help students explore four documentaries about postcolonial culture in Italy: *The Fourth Road*, *Aulò*, *Beyond the Frame*, and *Maka*. It is the result of a reflection and collective work by a professor who wrote the films and a teaching assistant and previous student of a course on migration studies. Each film features a prominent African Italian writer, respectively Kaha Mohamed Aden, Ribka Sibhatu, Ubah Cristina Ali Farah and Geneviève Makaping. After a brief plot summary, the study guide includes questions about various elements of cinematic style, such as sound, lighting, and genre conventions. It also explores themes related to migration cultures, including the feelings of multiple belonging and unbelonging experienced by immigrants. Additionally, the guide investigates spatial issues such as ghettoization, the spatialization of memory, and the concept of intimate and affective geography. Specific questions address the histories of Somalia, Eritrea, Cameroon, and Italy.

Keywords

Colonial Memory and Legacy; Migration; Documentary; Critical Race Studies; Black Italians

LA QUARTA VIA (2012)



Sinossi

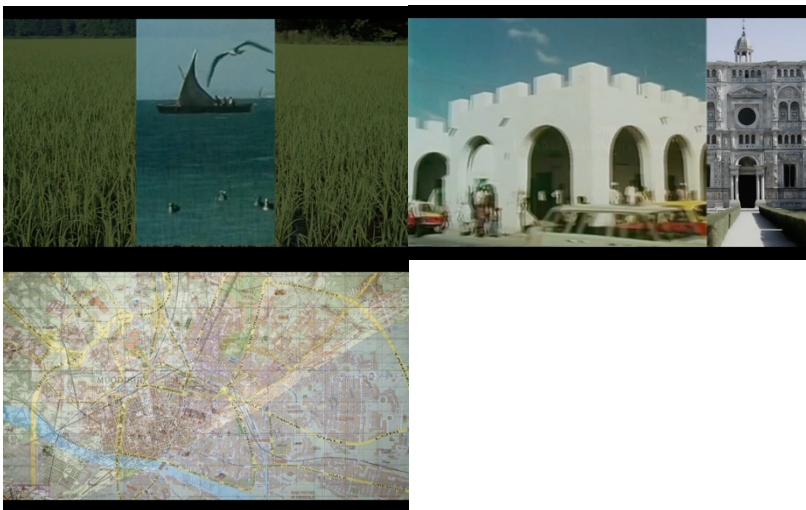
Kaha Mohamed Aden è una scrittrice italiana di origine somala, autrice della raccolta di racconti *Fra-intendimenti* (2010). Ne *La quarta via*, Kaha racconta di Mogadiscio, sua città natale, e ne ricostruisce la storia a Pavia, luogo in cui la scrittrice attualmente risiede. La capitale della Somalia è percorsa da cinque vie, corrispondenti ad altrettanti periodi storici. La quarta via rappresenta l'epoca della guerra civile, che oscura i periodi precedenti ma non chiude alla speranza in una quinta via. *La quarta via* centra l'attenzione sulla colonizzazione italiana, un grande rimosso della nostra storia nazionale che ha edulcorato i nodi cruciali dell'esperienza coloniale, con una lettura parziale, o meglio, distorta dei fatti. La storia di Mogadiscio raccontata da Kaha Mohamed Aden accende una luce su quelle vicende e le interroga ponendo domande non eludibili.

La storia della Somalia

- Che cosa sapevi del colonialismo italiano in Africa prima di questo film? Che cosa ti ha più colpito?

- Se qualcuno te ne chiedesse conto, cosa racconteresti di ciò che hai visto ne *La quarta via*? Quali sono, a tuo parere, i temi principali?
- Prova a sintetizzare le fasi principali della storia della Somalia, partendo dal racconto che ne fa Kaha Mohamed Aden. Quanti e quali anni considera il suo racconto?
- Come viene presentata l'amministrazione fiduciaria italiana nel video di repertorio? Pensi che questo video offra un'immagine imparziale della presenza italiana in Somalia?
- Come descrive Kaha la Somalia della sua infanzia?
- In che modo *La quarta via* modifica le tue idee sulle donne in Somalia? Come consideri l'uso del velo?
- Che cosa sapevi della guerra civile in Somalia? Prova a cercare informazioni online su questo evento storico.
- Qual è la situazione politica attuale di questo paese?
- Secondo te, la diaspora somala è simile o diversa da altre diaspore (per esempio, quella ebraica, italiana, o armena)?

Una mappa affettiva



- *La quarta via* si apre con tre sovrapposizioni di immagini: un campo di riso e una barca di pescatori sull'oceano Indiano, la Certosa di Pavia accanto al centro di Mogadiscio, la mappa di Pavia che si dissolve nella mappa di Mogadiscio. Come interpreti queste sovrapposizioni?
- Al termine del film, Kaha Mohamed Aden afferma che solo quando ha avuto una nuova casa a Pavia ha potuto pensare alla casa lasciata a Mogadiscio. Quali sono i luoghi in cui tu ti senti a casa? Ci si può sentire a casa in più luoghi, secondo te?
- *La quarta via* propone una mappa affettiva di Mogadiscio, disegnata semplicemente su un foglio di carta. Prova a rimappare la tua città, parlando di almeno tre luoghi che ti sono cari. Questi tre luoghi coincidono con i principali luoghi di interesse storico o turistico?
- L'idea di ricostruire Mogadiscio disegnandola su un foglio nasce dalla necessità di farla sopravvivere nel ricordo. Ritieni che la memoria e la scrittura siano legate? In quali modi?
- La seguente citazione appare nel film: «Essere radicati non significa necessariamente essere immobili; essere distanti non significa necessariamente essere sradicati» (Ahmed, Castañeda, Fortier, Sheller 2004, 1). Come interpreti questa citazione? Ti pare che abbia qualche rapporto con la storia di Kaha Mohamed Aden?
- Che cosa significa essere italiana per Kaha Mohamed Aden? Tu come definiresti il tuo sentimento di appartenenza nazionale?

Proposta di scrittura

- Conosci altre persone nate in una città diversa da quella in cui vivono? Fatti raccontare le loro storie e il modo in cui ricordano la loro altra «casa».
- Immagina di trovarti a vivere in una città lontana da quella dove abiti, che sei stato costretto a lasciare. Quali riferimenti cercheresti, fin dal tuo primo arrivo, per affrontare questo cambiamento radicale?

- Quali sono gli interessi e le curiosità prioritari che ti guidano nella visita di una città sconosciuta?

AULÒ (2012)



Sinossi

La scrittrice e saggista italiana di origine eritrea Ribka Sibhatu da Roma, città in cui vive, presenta la storia del suo paese d'origine. Ad ascoltare il suo racconto ed accompagnarla nel suo viaggio a ritroso nella memoria c'è un ragazzo che come lei, e grazie alle sue parole, si interroga sul rapporto tra identità e territorio. La storia di migrazione di Ribka Sibhatu si interseca con le storie collettive della diaspora del popolo eritreo, e rivela non solo il colpevole lascito del colonialismo italiano nel paese natale di Ribka Sibhatu, ma di come la mancata decolonizzazione della memoria influenzi negativamente la percezione che gli italiani hanno oggi dell'immigrazione. *Aulò* mette in discussione il concetto stesso di confine non soltanto inteso in senso geografico, ma anche in termini culturali, politici e identitari.

La scena iniziale

- Il film si apre con la cerimonia del caffè, un modo rituale di bere questa bevanda in Eritrea. Il caffè è anche uno dei simboli dell'Italia, benché non un prodotto autoctono. Perché, secondo te, questa apertura del film? Che cosa rappresenta il caffè in *Aulò*?

La colonna sonora originale

- Riconosci nelle note del brano iniziale qualche canzone che già conoscevi? Se sì, in che modo tali canzoni sono usate per commentare le interviste in spiaggia, fornire un contrasto ironico o enfatizzare i temi di *Aulò*?

Tre luoghi



Fig. 1 Il Vittoriano



Fig. 2 Roma Termini



Fig. 3 San Salvatore in Campo

- Dopo aver visto *Aulò*, discuti se già conoscevi i luoghi di Roma presentati. Quale significato attribuisce a questi luoghi Ribka Sibhatu? Secondo te la Roma rappresentata in questo film è simile o diversa rispetto a quella di altri film ambientati in questa città?
- Una immagine di *Aulò* ritrae Ribka Sibhatu al centro, di fronte al Vittoriano (Fig. 1). Quali pensieri ti suscita questa scelta? Perché pensi che sia stata messa nel poster del film? Che tipo di messaggio vuole mandare, secondo te?
- Che cosa rappresenta la Stazione Termini (Fig. 2) nella geografia affettiva descritta da Ribka Sibhatu?
- Qual è il significato delle interviste davanti alla chiesa di San Salvatore in Campo (Fig. 3)? La storia, le lotte e il viaggio di Ribka Sibhatu sono collegati alle esperienze delle persone intervistate davanti a questo luogo?
- Pensi che in Italia coesistano diverse religioni, come avviene ad Asmara?

Una data: il 3 Ottobre 2013

- Ribka Sibhatu ha scritto una poesia per ricordare il naufragio di migranti avvenuto a Lampedusa il 3 Ottobre 2013, che ha provocato 368 morti e circa 20 presunti dispersi (Sibahtu 2015). Che cosa ti colpisce maggiormente di questa poesia? Quali immagini utilizza per descrivere la tragedia?

OLTRE I BORDI (2023)*Sinossi*

La scoperta casuale di una cassetta di fotografie scattate nell'Africa orientale italiana degli anni '30 da un lontano parente, suscita considerazioni più generali sullo sguardo imperiale, sulla sua costruzione dell'altro e dell'altrove, e sulla sua eredità. In una narrazione che intreccia le riflessioni personali e la storia collettiva, condivisa da colonizzatori e colonizzati, questo documentario invita a guardare «oltre i bordi» della fotografia coloniale.

Il titolo

- Il titolo del film deriva dalla seguente citazione tratta da un'intervista con la scrittrice Maaza Mengiste: «Nessuna storia è semplice. Ogni fotografia si estende oltre i suoi bordi» (2016, 182). Perché, secondo te, è stato scelto questo titolo?

Il poster

- Il poster di *Oltre i bordi* è stato realizzato da Jane Yun. Perché pensi che siano stati utilizzati questi colori? Perché, a tuo parere, è stata utilizzata un'immagine che non ritrae il fotografo, Giulio Brioni? Che cosa vuole comunicare?
- In che modo pensi che la presenza coloniale abbia contribuito alla costruzione di identità personali e culturali per l'oppressore e per l'oppresso?
- Guarda alcuni dei poster realizzati dai fan del film *Parasite* diretto da Bong Joon Ho (Curry 2020). Prova a realizzare un poster alternativo di *Oltre i bordi*.

Tre fotografie coloniali

Queste sono alcune delle fotografie sono state scattata negli anni 30' da Giulio Brioni in Etiopia.



Fig. 4 Askari



Fig. 5 Giulio Brioni
attorniato da bambini
africani



Fig. 6 Soldati italiani

Osserva la Fig. 4 ed elenca le persone, gli oggetti e le attività che vedi

- Pensi che sia possibile suddividere la scena in diverse parti? Quale storia o quali storie si potrebbero individuare in questa immagine?
- Quale titolo attribuiresti a questa fotografia?
- Cosa puoi dire dell'atmosfera generale?

- Questa fotografia ti pare che dica qualcosa del modo in cui l'altro e l'altrove erano visti al tempo del fascismo?
- Che cosa hai scoperto grazie a questa immagine che non avresti potuto imparare altrove?

Osserva la Figura 5 ed elenca le persone, gli oggetti e le attività che vedi

- Che cosa sta succedendo in questa immagine? Da che cosa lo deduci?
- Qual è la prima cosa che hai notato? Perché pensi di aver notato proprio questo dettaglio?
- Chi si trova al centro della composizione?
- Secondo te, quale pubblico stava cercando di raggiungere il fotografo? Come sei arrivato a questa conclusione?
- Perché è stata scattata questa foto? Elenca i motivi che ti hanno portato a questa conclusione.
- Si tratta di motivi insiti nella foto o ti sei riferito alle tue conoscenze sul periodo?

Osserva la Figura 6 ed elenca le persone, gli oggetti e le attività che vedi

- Quali eventi storici o sociali possono aver influenzato la produzione di questa fotografia?
- Considera il punto di vista del fotografo. Qual era, a tuo parere, il suo interesse nel produrre questa fotografia?
- Hai mai indossato una uniforme? Come pensi che si siano sentiti i soldati di questo gruppo?

Brescia



- Questa è forse l'immagine in cui il protagonista è più rimpicciolito, rispetto all'architettura circostante, grazie all'uso di un campo lungo. Perché questa scelta, secondo te?
- Che periodo storico evoca questa immagine? Perché pensi che in quel periodo si costruissero edifici così imponenti?
- Trova tre aggettivi per descrivere Brescia per com'è rappresentata in *Oltre i bordi*.
- Il collettivo Viva Zerai! ha realizzato una mappa dei luoghi che celebrano il colonialismo italiano. Fai una ricerca su un evento o un personaggio storico dell'epoca coloniale che sono celebrati nella toponomastica della tua città.
- Esistono dei monumenti controversi nella tua città? Cosa proporresti di fare per dar loro un nuovo significato?

I suoni

- Prendi nota di tutti i suoni che senti. Quali suoni provengono dal mondo del film (diegetici)? Quali sono i suoni non diegetici? Come vengono utilizzati i suoni non diegetici nel film?

Il canone

- La poesia con cui si chiude il documentario è stata scritta dalla scrittrice Ubah Cristina Ali Farah. La sua opera include i romanzi *Madre Piccola* (2007), *Il comandante del fiume* (2014) e *Le stazioni della luna* (2021). Quali testi letterari scritti da autori o autrici non bianchə hai letto durante il tuo percorso scolastico? Hai letto più testi scritti da uomini o da donne? Ti piacerebbe un'offerta più consistente di storie che parlano di migrazione?

MAKA (2023)



Sinossi

Maka presenta la storia della prima donna nera ad avere ricevuto un dottorato e ad essere diventata direttrice di un quotidiano in Italia: Geneviève Makaping. Questo documentario ispirato alla biografia e al pensiero di Makaping racconta la sua storia di migrazione dal Camerun attraverso il deserto, l'arrivo in Calabria nel 1982, in seguito alla tragica morte del compagno di viaggio, il successo ottenuto come giornalista e conduttrice televisiva, fino al recente trasferimento e all'attuale attività di insegnante a Mantova. La storia di Geneviève Makaping offre lo spunto per ripensare l'appartenenza nazionale e il modo in cui la percezione della pelle nera si sia modificata in Italia negli ultimi quarant'anni. Applicando alla realizzazione del film il metodo di ricerca antropologica definito da Geneviève Makaping nel suo testo *Traiettorie di sguardi. E se gli altri foste voi?* (2022 [2001]), il film si interroga su come la nostra percezione dell'Italia di oggi possa cambiare se vista dalla prospettiva di una donna nera.

L'inizio

- Quale significato attribuisce al fatto che il film inizi con una citazione dell'*Eneide*, letta in arabo, e una citazione dal Corano?
- Perché pensi che la voce fuori campo di Elia parli in arabo invece che in italiano o in dialetto bresciano? Che effetto ti fa l'uso di questa lingua?

I temi principali

- Che cosa hai imparato da questo film? Qual è il messaggio principale che ne hai tratto?
- Secondo te, *Maka* si concentra su temi importanti su cui sarebbe opportuno riflettere, oppure li ritieni secondari, destinati a minoranze e per un periodo di tempo limitato o, di più, che il tema sia irrilevante e non meritevole di considerazione?
- *Maka* presenta numerose lingue e riflette sulla difficoltà di tradurre un concetto da una lingua all'altra. Ti sei mai misurato con queste difficoltà?

Il documentario

- *Maka* è un documentario, ma contiene anche elementi non realisti. Ne sai individuare alcuni? Perché pensi che siano stati inclusi nel film?
- Quali sono le convenzioni dei documentari? Quali sono le aspettative del pubblico verso questo tipo di film? *Maka* le conferma o le mette in discussione?
- In che senso *Maka* è simile o diverso rispetto ad altri film che hai visto sull'immigrazione?
- La scena a casa della parrucchiera e amica di Geneviève Makaping presenta due donne che parlano tra di loro senza riferirsi ad un uomo. Ti viene in mente un altro film o una serie televisiva che presenti la stessa situazione?

La protagonista

- A quali «gruppi» Geneviève Makaping dice di sentirsi di appartenere?
- Quali sono i momenti chiave o i punti di svolta nel viaggio di Geneviève Makaping dal Camerun all'Italia?
- Quale alternativa aveva la protagonista all'emigrazione? Prova ad immaginare e a discutere come sarebbe stata la sua vita se fosse rimasta in Camerun.
- Geneviève Makaping racconta la traversata del Mediterraneo come una nuova nascita. È possibile rinascere a seguito di un'esperienza? Motiva la tua risposta.

Identità nazionale e cittadinanza

- Secondo Geneviève Makaping, com'è cambiata nel tempo, in Italia, la percezione degli immigrati?
- Perché pensi che Geneviève Makaping abbia deciso di diventare cittadina italiana vestita con un abito tradizionale del Camerun?
- Quali elementi prevalgono, secondo Geneviève Makaping, nella percezione del rapporto tra sud e nord, in Italia e in una dimensione globale?
- Nella sua lezione, Geneviève Makaping mostra l'immagine della vittoria di Libania Grenot, Maria Benedicta Chigbolu, Ayomide Folorunso, Raphaela Lukudo ai giochi del Mediterraneo del 2018. Perché pensi che questa immagine sia interessante?
- Secondo te l'immagine celebra 1. un trionfo nazionale, di tutta l'Italia 2. un trionfo personale di ciascuna di queste quattro atlete 3. Un trionfo per tutti i membri della diaspora africana 4. tutte le risposte precedenti?
- Geneviève Makaping ha ricevuto la cittadinanza per merito. Ribka Sibathu è cittadina francese. Kaha Mohamed Aden ha ricevuto la cittadinanza italiana tramite il matrimonio. Ubah Cristina Ali Farah ha una madre italiana ed è cittadina italiana dalla nascita. Come si diventa cittadini in Italia? Il processo per ottenere la

cittadinanza in Italia è simile o diverso da quello per ottenere la cittadinanza statunitense?

I media

- Che cosa pensa Geneviève Makaping riguardo alla rappresentazione dei neri nei media italiani?
- Pensi che la situazione in Italia sia diversa o simile a quella degli Stati Uniti in termini di rappresentazione dei neri nei media?
- Quale ruolo svolgono i media e i partiti nell'alimentare la cultura della paura e la crescita del razzismo in Italia?
- Prova a nominare cinque personaggi televisivi o attori neri italiani. Perché, secondo te, è importante essere rappresentati in TV e al cinema?

Una scena



- Che cosa ci dice questa immagine della protagonista? La luce riflessa sulla sua pelle influenza la percezione che abbiamo di lei?

Proposta di ricerca: il Camerun

- Svolgi una ricerca sul processo di decolonizzazione del Camerun. La decolonizzazione di questo paese è simile o diversa rispetto alla Somalia?
- Quali sono oggi i rapporti di questi paesi con i paesi colonizzatori?
- Quanto è grande il Camerun rispetto all'Italia? Per rispondere guarda una mappa del Camerun nella proiezione di Peters e confrontala con la proiezione di Mercatore. Poi commenta questi dati.

Bibliografia

- Ali Farah, Ubah Cristina (2007), *Madre piccola*, Milano, Frassinelli.
- Ead. (2014), *Il comandante del fiume*, Roma, 66thand2nd.
- Ead. (2021), *Le stazioni della luna*, Roma, 66thand2nd.
- Aden, Kaha Mohamed (2010), *Fra-intendimenti*, Roma, Nottetempo.
- Ahmed, Sara; Castañeda, Claudia; Fortier, Anne-Marie; Sheller, Mimi (2004), *Uprootings/Regroundings: Questions of Home and Migration*, London: Berg.
- Curry, Adrian (2020) *Movie Poster of the Week: The Posters of «Parasite»*, «MUBI: Notebook», <https://mubi.com/en/notebook/posts/movie-poster-of-the-week-the-posters-of-parasite>.
- Makaping, Geneviève (2022 [2001]), *Traiettorie di sguardi. E se gli altri foste voi?*, a cura di Simone Brioni, Soveria Mannelli, Rubbettino.
- Mengiste, Maaza (2016), *Bending History*, «Nka: Journal of Contemporary African Art», n. 38-39, pp. 182–185.
- Sibhatu, Ribka (1993), *Aulò. Canto-poesia dall'Eritrea*, Roma, Sinnos.
- Ead. (2012), *Aulò! Aulò! Aulò! Poesie di nostalgia, d'esilio e d'amore. / Aulò! Aulò! Aulò! Poems of Nostalgia, Exile, and Love*, a cura di Simone Brioni, tradotto da André Naffis-Sahely, Roma, Kimerafilm.
- Ead. (2015), *A Lampedusa*, «European Literature Network», <https://www.eurolitnetwork.com/at-lampedusa-by-ribka-sibhatu-translated-by-cristina-viti/>.

Per approfondire

- Brioni, Simone (2011), *Tradurre l'identità nell'Italia post-coloniale: La quarta via di Kaba Mohamed Aden*, «Altreitalie», n. 41, pp. 110-124.
- Brioni, Simone, a cura di (2012), *Somalitalia: Quattro vie per Mogadiscio/ Somalitalia: Four Roads to Mogadishu*, Roma, Kimerafilm.
- Brioni, Simone (2023), *Uno sguardo Oltre i bordi della fotografia coloniale?*, in *Repositoires: Per un contro-archivio della colonialità tra storia, arti e visualità*, a cura di Beatrice Falucci, Lucas Iannuzzi e Gianmarco Mancosu, Pisa, Pisa University Press, pp. 33-41.

Filmografia

Brioni, Simone; Chiscuzzu, Graziano; Guida, Ermanno (2012), *La quarta via*.
<https://openddb.com/movies/the-fourth-road/>

Brioni, Simone; Chiscuzzu, Graziano; Guida, Ermanno (2012), *Aulò*.
<https://openddb.com/movies/aulo/>

Brioni, Simone; Sandrini, Matteo (2023), *Oltre i bordi*. <https://openddb.it/film/oltre-i-bordi/>

Marshall, Rob (2023), *The Little Mermaid*.

Moutamid, Elia (2023), *Maka*. <https://openddb.it/film/maka/>

Siti Web

Viva Zerai! https://umap.openstreetmap.fr/de/map/viva-zerai_519378#6/41.500/14.348

Nota biografica

Simone Brioni è professore ordinario nel dipartimento di inglese dell'Università Statale di New York a Stony Brook. Nella sua ricerca e nel suo lavoro come filmmaker si occupa dell'opera di scrittrici immigrate in Italia e dell'eredità coloniale italiana. Tra le sue pubblicazioni più recenti in italiano *Creatività diaspora. Conversazioni transnazionali tra teoria e arti* (ed. con F. Sinopoli e L. Polezzi, 2023) *L'Italia, l'altrove. Luoghi, spazi e attraversamenti nel cinema e nella letteratura sulla migrazione* (2022), *Ideologia e rappresentazione. Percorsi attraverso la fantascienza italiana* (con D. Comberiati, 2020).

simone.brioni@stonybrook.edu

Come citare questo articolo

Brioni, Simone (2024), *La quarta via, Aulò, Oltre i bordi e Maka: attività didattiche*, «Scritture Migranti», n. 18, pp.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License. Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

ANTONELLA BENUCCI, GINEVRA BONARI, VIOLA MONACI E
ORLANDO PARIS (A CURA DI), *LINGUE, LINGUAGGI E SPAZI: PER
UNA DIVERSA VISIONE DEL CARCERE E DELLA MEDIAZIONE*

Venezia, Edizioni Ca' Foscari, 2024

Eleonora Zucchini

Il volume “Lingue, linguaggi e spazi: per una diversa visione del carcere e della mediazione”, tratta del tema delle carceri italiane, dei progetti educativi e delle pratiche di mediazione linguistico-culturale legati ad esse; ha un focus specifico sui detenuti di origine straniera, sulla loro condizione e sui loro bisogni.

Quelle derivanti dalla presenza di persone con background migratorio nelle carceri italiane non sono questioni trascurabili, in quanto, come si legge nel contributo di Benucci (p. 96), “la presenza straniera negli istituti penitenziari, da alcuni anni, si mantiene su percentuali non irrilevanti (intorno al 32%)”, con la conseguenza che le carceri “appaiono come insiemi di isole etniche e linguistiche in forzata convivenza tra loro, se non talvolta in conflitto”. Le opportunità di accedere a soluzioni alternative al carcere sono, infatti, ridotte per i detenuti con esperienza di migrazione, perché privi di un supporto esterno in termini di rete familiare, abitazione e occasioni lavorative stabili.

Il volume fornisce dapprima un quadro generale sulla situazione delle carceri italiane, fornisce dati aggiornati e sottolinea i maggiori punti di criticità, fra i quali emerge con prepotenza l’inadeguatezza degli spazi, per dimensione e condizioni, che porta al noto problema del sovraffollamento (vedi i contributi di Lorenzetti e Picozzi, e Paladini). L’Italia si colloca, infatti, fra i primi paesi europei per sovrappopolazione carceraria, non tanto in termini di numero di detenuti in senso assoluto quanto della mancanza di strutture adeguate; il contributo di Lorenzetti e Picozzi, che invita a non fidarsi delle narrazioni dei media e dei termini troppo semplicistici in cui è presentata la questione, illustra quanto la situazione drammatica degli istituti penitenziari italiani sia complessa da risolvere, a causa della mancanza di

una normativa comune e dell'emanazione di regolamenti europei di difficile recepimento.

Grazie principalmente al contributo di Bormioli, l'attenzione del lettore viene portata sulla condizione di marginalizzazione in cui verte chi ha un background migratorio. In questo caso, infatti, sorgono difficoltà aggiuntive sia durante il periodo detentivo che al suo termine, in quanto la normativa italiana non considera la condizione di chi non ha la cittadinanza e impedisce, nei fatti, la progettazione di un percorso di reinserimento sotto molti punti di vista.

In primo luogo, chi ha un retroterra migratorio incontra maggiori difficoltà nel mantenere i legami con i familiari, parte fondamentale del processo rieducativo, per motivi legati alla distanza o a difficoltà tecniche o burocratiche. In secondo luogo, il carcere rappresenta, per molti detenuti stranieri, un incidente di percorso nella realizzazione del proprio progetto migratorio, che si faticherà a riprendere al termine del periodo di detenzione anche a causa della condizione di clandestinità. Infine, non è raro che emergano difficoltà di comunicazione nelle stesse carceri, a causa di barriere linguistiche e culturali (su questo vedi anche Benucci): i dati suggeriscono che molti detenuti stranieri non hanno una competenza in italiano che li renda autonomi né all'interno del carcere né una volta terminato il periodo di detenzione. Tutto ciò, "invalida sin dall'inizio ogni progetto di reinserimento" (p. 32) e riduce i detenuti stranieri a una condizione di fragilità ancora superiore.

All'abbattimento delle barriere linguistiche cercano di rispondere le numerose iniziative educative, di cui si parla diffusamente nel volume. Tali iniziative svolgono dunque un ruolo fondamentale nel contesto del carcere, sotto diverse prospettive; i contributi di Benucci, Grosso, Vedovelli e Prina forniscono un quadro dettagliato e ricco di dati riguardo ai percorsi educativi che si svolgono negli istituti penitenziari italiani, a livello di istruzione primaria, secondaria e professionale. Se proseguire il proprio percorso di istruzione è importante per i detenuti con cittadinanza italiana, per chi ha origini straniere la conoscenza della lingua è imprescindibile "sia per integrarsi che per prendere coscienza dei diritti/doveri, e per usufruire di eventuali agevolazioni" (p. 96). Non conoscere l'italiano crea infatti una deleteria condizione

di isolamento e conduce all'inasprimento dei rapporti con gli operatori e fra i reclusi stessi.

Il tipo di utenza con cui lavorano i docenti delle scuole del carcere ha, tuttavia, caratteristiche e bisogni specifici, a cui bisogna far fronte tramite pratiche e metodologie didattiche altrettanto specifiche. Tali caratteristiche sono illustrate in maniera chiara e dettagliata nel contributo di Grosso, che fa anche riferimento a proposte e strumenti esistenti: solo per fare alcuni esempi, è fondamentale proporre contenuti che abbiano una forte connessione con il mondo esterno e un'immediata spendibilità; ripensare la distinzione fra italiano L1 e L2 e progettare attività adatte a classi con abilità differenziate; valorizzare i repertori linguistici degli studenti e, in termini più generali, "rispondere alle sollecitazioni provenienti dalla pluralità di stili cognitivi e di apprendimento presenti in classe" (p. 181). Esempi virtuosi di questi principi didattici sono rappresentati dai numerosi progetti svoltisi in collaborazione con le università (ad es. i progetti DEPORT e RiUscire), di cui si può trovare un elenco esaustivo nel contributo di Benucci.

La lettura del volume permette di scoprire che, oltre ai percorsi di formazione primaria, secondaria e professionale, la popolazione delle carceri italiane ha, al giorno d'oggi, la possibilità di avere accesso a corsi di laurea, sebbene le difficoltà pratiche siano lungi dall'essere superate, in primis l'uso del computer e l'accesso a internet. Come si legge nel contributo di Prina, contatti fra istituti penitenziari e università si hanno sin dagli anni Ottanta, ma il punto di svolta è il 2018, anno in cui viene istituita la Conferenza Nazionale Universitaria Poli Penitenziari (CNUPP). La CNUPP, di cui fanno parte 44 università, è un organismo universitario che "si pone come obiettivo il coordinamento e lo sviluppo delle attività che gli Atenei pongono in essere per garantire alle persone private della libertà personale la possibilità di esercitare il diritto al perseguimento di percorsi di studio universitari." (p. 19). Secondo i dati (p. 26) i dipartimenti che hanno aderito a questa pratica sono in costante aumento, come anche il numero di studenti, fra cui si contano anche detenuti stranieri.

Alcuni esempi di progetti universitari condotti in collaborazione con gli istituti penitenziari sono illustrati nel contributo di Borghini; per gli studenti detenuti portare avanti un percorso universitario ha numerosi benefici: esercitare un diritto, dare un senso al tempo e incrementare le proprie prospettive di reinserimento (pp. 22-23). Sembra interessante puntualizzare che alcune iniziative hanno creato occasioni formative anche per gli studenti liberi, che sono entrati nelle carceri in veste di tutor alla pari e hanno potuto “conoscere dal vivo una realtà che sale agli onori della cronaca solo attraverso i media, spesso in modo distorto.” (p. 43).

Emerge a più riprese nel volume quanto il carcere sia caratterizzato da una superdiversità linguistica e culturale, a causa della presenza di gerghi, dialetti e lingue e culture straniere (su questo si vedano i contributi di Monaci e Vedovelli). Alcuni capitoli (principalmente Lo Conte e l'appendice a cura di Bonucci, Bonari, Monaci) illustrano come, perché questa superdiversità non sia o smetta di essere causa di disagio e sofferenza nella popolazione ristretta, sia stata introdotta nel personale stabile la figura del mediatore linguistico-culturale. La mediazione è, infatti, “uno strumento necessario per garantire un flusso di dialogo positivo e costruttivo fra tutti gli attori presenti nell'universo carcerario” (p. 206), quindi fra detenuti e operatori e fra i detenuti di diverse origini.

Grazie al contributo di Lo Conte, il lettore può informarsi riguardo al lavoro dei mediatori nelle carceri e ad alcune indagini e rilevazioni, che hanno mostrato che la loro presenza è strumentale alla prevenzione e alla risoluzione di problematiche anche gravi, nate dalle barriere linguistiche e culturali. Solo per fare un esempio, fra le sue funzioni vi è infatti quella di agevolare i detenuti stranieri nella pratica della propria religione e di tutto ciò che l'adesione a una certa confessione comporta (vedi ad esempio le scelte alimentari): la pratica della preghiera dei detenuti di fede musulmana, numerosissimi nelle carceri italiane, può essere causa di disagio, a causa della mancanza di spazi appositi e, soprattutto, della diffidenza da parte di detenuti e personale nei confronti di chi pratica l'Islam (vedi anche contributo di Bonari). Inoltre, i mediatori si occupano di assistere i detenuti nelle pratiche burocratiche per

l'accesso a servizi a cui hanno diritto e hanno anche un ruolo, sebbene piuttosto marginale al momento, nei processi di reinserimento sociale.

Il volume, infine, si dà l'obiettivo di fornire strumenti pratici per la diffusione di principi e metodi per la formazione del "buon" mediatore in ambito penitenziario, tramite l'elaborazione di una nutrita serie di linee guida (vedi Appendice); il documento illustra in maniera molto dettagliata gli interventi e i servizi di cui si deve fare carico il mediatore, le esperienze e le competenze che deve acquisire e le strategie e le tecniche da discutere in sede di formazione. Queste linee guida rappresentano una guida fondamentale per orientare i formatori e i mediatori stessi.

In conclusione, è possibile dire che il volume "Lingue, linguaggi e spazi: per una diversa visione del carcere e della mediazione" offre al lettore un quadro dettagliato e pluriprospettico della condizione delle carceri italiane, specialmente dal punto di vista dell'educazione linguistica e della mediazione linguistico-culturale, pratiche necessarie a creare un clima interculturale e prevenire conflitti. Per chi non lavora a contatto con questa realtà, come chi scrive, gli istituti penitenziari sono una realtà altra, che si conosce solo attraverso i mezzi di comunicazione che non ne offrono spesso un ritratto veritiero; la lettura del volume dà dunque la possibilità di conoscere questo mondo in maniera ravvicinata, fattuale e basata su dati.

Nota biografica

Eleonora Zucchini è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Moderne, nel progetto PRIN DiverSIta – Diversity in Spoken Italian.

Ha svolto il dottorato di ricerca in Didattica delle lingue moderne all'Università di Bologna (Dipartimento FICLIT), sul tema dell'italiano neostandard nella scrittura scolastica e nelle grammatiche per le scuole.

eleonora.zucchini2@unibo.it

Come citare questo articolo

Zucchini, Eleonora (2024), Antonella Benucci, Ginevra Bonari, Viola Monaci e Orlando Paris (a cura di), *Lingue, linguaggi e spazi: per una diversa visione del carcere e della mediazione*, «Scritture Migranti», n. 18, pp. 409-414.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

CECILIA RIDANI, *SCRIVERE LA LIBIA. RAPPRESENTAZIONI
LETTERARIE DELLA “QUARTA SPONDA” NELL’ITALIA
POSTCOLONIALE*

Milano, Prospero, 2023

Paolo Ronzoni

L’opera di Cecilia Ridani (uscita all’interno della collana “Le orbite. Studi di teoria letteraria, letterature straniere e comparate”) si prefigge di integrare la discussione critica sulla letteratura coloniale e post-coloniale italiana proponendo una riflessione sulle rappresentazioni letterarie della Libia prodotte in epoche successive al colonialismo. La “quarta sponda” viene considerata da Ridani uno “spazio fisico e antropologico” di cui indagare, tramite lo studio di un composito corpus di fonti, sia le descrizioni dell’ambiente e del paesaggio, sia le rappresentazioni letterarie (spesso delle auto-rappresentazioni) dei rapporti sociali e culturali fra i suoi abitanti. Per condurre tale analisi, l’autrice si rifà esplicitamente a un orizzonte teorico post-coloniale che pone al centro dell’attenzione le relazioni fra soggetti dominanti e dominati, la questione della “bianchezza” e il tema della connessione fra migrazione e identità.

La natura composita e ibrida delle fonti, che spaziano dal dopoguerra fino all’ultracontemporaneità, si riflette direttamente nelle cinque sezioni in cui il libro si articola. Il primo capitolo è consacrato allo studio de *Il deserto della Libia* (1952) di Mario Tobino e de *Il giovane maronita* (1971) e *Ingresso a Babele* (1976) di Alessandro Spina. Pur trattandosi di due autori molto distanti – e che hanno scritto della colonia a partire da esperienze e vissuti difficilmente sovrapponibili – Ridani sceglie di trattarli insieme per via della notevole rivalutazione critica di cui hanno recentemente goduto nonché per un comune, pur con importanti distinguo, atteggiamento critico nei confronti del regime fascista e della autorità coloniali. Il secondo capitolo è dedicato a trattare le opere di autori e autrici che vissero *in between* fra Libia e Italia negli anni immediatamente successivi alla fine dell’epoca coloniale. Si tratta, come nel caso di *Ghibli* (2004) di Luciana Capretti o *Ultima estate*

in suol d'amore (2011) di Alma Abate, di romanzi autobiografici che mettono la questione dell'identità e dello sradicamento a seguito dell'abbandono della Libia al centro della narrazione. Il terzo capitolo si concentra sulle opere di alcuni esponenti della comunità ebraica tripolina che, a partire dalla seconda metà del XX secolo, si trasferirono in Italia scegliendo poi l'italiano come lingua letteraria. In questo caso, Ridani ricostruisce – attraverso romanzi come *Il ribelle* (2003) di Artur Journo o *E venne la notte* (2003) di Victor Magiar – le molteplici esperienze raccontate da chi prima visse gli strascichi delle leggi razziali fasciste e poi il montare dell'antisemitismo nella Libia indipendente che raggiunse il suo culmine, nel 1969, con la presa di potere di Gheddafi.

Il quarto capitolo abbandona la prospettiva biografica per concentrarsi su autori che, pur non avendo un'esperienza diretta della Libia, propongono una loro visione della colonizzazione italiana. Ridani, analizzando romanzi come *Carmine Pascià* (2008) di Gian Antonio Stella o *Nera delle dune* (2009) di Margaret Mazzantini, è attenta soprattutto a notare le differenze e le continuità rispetto agli immaginari letterari presentati dalla letteratura coloniale sulla Libia. L'ultimo capitolo è dedicato ad alcuni romanzi scritti da autori libici poi tradotti in italiano, come *Da la Mecca a qui* (2006) di al-Sadiq al-Nayhum oppure *Polvere d'oro* (2005) di al-Koni Ibrahim. Pur essendo l'opera incentrata soprattutto su un'analisi della visione italiana della Libia, l'inserimento di questi testi provenienti da scrittori libici serve a presentare dei punti di vista differenti e delle letture in contrappunto a quelle offerte dagli scrittori italiani.

È proprio grazie a questa sempre ricercata pluralità di prospettive ed esperienze che *Scrivere la Libia* si rivela un efficace prisma per osservare la molteplicità delle rappresentazioni del passato coloniale. Un passato che, lungi dall'essere divenuto distante e inerte, continua a riverberarsi nella contemporaneità.

Nota biografica

Paolo Ronzoni è dottorando in cotutela fra l'Università di Genova e l'Université Paul-Valéry Montpellier 3. Si occupa di storia contemporanea, in particolare delle rappresentazioni culturali e letterarie dei viaggiatori italiani in Africa fra il diciannovesimo e il ventesimo secolo.

5519099@studenti.unige.it

Come citare questo articolo

Ronzoni, Paolo (2024), *Cecilia Ridani, Scrivere la Libia. Rappresentazioni letterarie della "quarta sponda" nell'Italia postcoloniale*, «Scritture Migranti», n. 18, 2024, pp. 415-417.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di "open access" per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

ANNA FINOZZI, LA LETTERATURA POSTCOLONIALE ITALIANA PER
L'INFANZIA (2010-2022)

Firenze, Franco Cesati Editore, 2023, 263 pp.

Camilla Russo

Nonostante il comparto della letteratura per l'infanzia e l'adolescenza costituisca uno dei settori più floridi e remunerativi dell'editoria italiana contemporanea, soltanto di recente i libri appartenenti a questo particolare settore del mercato editoriale hanno iniziato a suscitare un reale interesse da parte del mondo accademico. Con la sua monografia dedicata alla letteratura postcoloniale italiana per l'infanzia, Anna Finozzi cerca di fare il punto sulla produzione editoriale più recente, provando a rintracciare alcune linee comuni all'interno di un panorama che negli ultimi decenni è andato via via crescendo e diversificandosi. Interrogando i testi scritti per giovani e giovanissimi lettori, l'autrice si domanda quale possa essere il contributo contro-egemonico della letteratura postcoloniale per l'infanzia, la sua portata educativa nel mettere in discussione il concetto di "italianità" attraverso la creazione di un nuovo immaginario plurale e diversificato. Analizzando forme e contenuti di questa letteratura, è possibile far emergere la presenza di contro-narrazioni positive, capaci di smantellare i pregiudizi razziali e favorire il pluralismo culturale e sociale.

Il panorama della letteratura postcoloniale italiana per l'infanzia è indagato a partire dall'analisi di una trentina di testi destinati a bambini e adolescenti, appartenenti a forme e generi testuali diversificati e transmediali: romanzi, graphic novels, racconti brevi, libri illustrati, albi illustrati, silentbooks. Tra i pregi del lavoro rientra l'aver fornito una bibliografia ampia e aggiornata relativa ai titoli di più recente pubblicazione e un'interessante ricognizione dei tratti più innovativi della produzione editoriale degli ultimi anni. Fra questi, l'autrice sottolinea il successo riscosso dai libri per adolescenti scritti da giovani scrittori e scrittrici di seconda generazione e l'ampliamento delle tematiche affrontate, fortemente diversificatesi

rispetto al filone autobiografico-testimoniale caratteristico della produzione editoriale degli anni Novanta e Duemila. All'interno della diversità che caratterizza le singole scelte autoriali e narrative, è possibile rintracciare la presenza di alcuni tratti comuni, sostanzialmente riconducibili alle tre linee tematico-interpretative suggerite dal sottotitolo: lingua, spazio, colore. Le tre categorie vengono esplorate attraverso un approccio metodologico interdisciplinare che si posiziona al crocevia fra studi postcoloniali italiani, studi letterari postcoloniali per l'infanzia e studi post-coloniali tout court. Il ricorso a strumenti appartenenti a tradizioni di ricerca differenti – dalla traduttologia alla semiotica, passando per la linguistica, le letterature comparate, i media e i cultural studies, la geografia critica – permette di analizzare le modalità attraverso cui i giovani protagonisti delle storie decostruiscono i paradigmi dominanti e affermano la propria identità e autonomia all'interno di una società bianca, adulta e patriarcale. Osservando le scelte relative a linguaggio verbale, espedienti grafici e illustrazioni, Finozzi mette in evidenza le strategie che, di volta in volta, permettono il recupero della lingua della memoria, la riscrittura degli spazi e la risemantizzazione del colore. Emerge il quadro di una letteratura in cui le categorie che sostengono l'oppressione coloniale vengono costantemente messe in discussione dai bambini e dai ragazzi che popolano questi racconti, i quali rivendicano la propria agentività e il proprio diritto di parola all'interno di una società che li costringe all'ubbidienza e quasi sempre li relega al silenzio e all'invisibilità. La letteratura italiana postcoloniale per l'infanzia racconta il volto reale di una giovane Italia complessa e multiculturale, alla ricerca di nuovi spazi di espressione e rappresentazione. Le storie "altre" vissute e narrate dai personaggi permettono infatti di «ripensare e rielaborare la memoria collettiva italiana liberandola da una prospettiva eurocentrica e adultocentrica» (p. 18), partecipando sia alla riscrittura del passato coloniale sia alla narrazione di un presente plurale e diversificato. Le vicende rappresentate concorrono alla creazione di una contro-narrativa che è espressione della voce di determinate soggettività, relegate ai margini per via dell'età, della razza e del genere. Per uscire dalla condizione di subalternità che la società impone loro e resistere alle discriminazioni, i protagonisti di questa

letteratura mettono in atto pratiche alternative di rappresentazione identitaria: ricostruiscono la memoria personale e collettiva attraverso la parola e il ri-racconto delle storie orali; alternano la voce al silenzio per superare il trauma; re-immaginano i luoghi da cui provengono e creano contro-mappe degli spazi che attraversano; contestano le idee discriminatorie connesse al colore della pelle e a determinate pratiche estetiche.

Con la forza del loro esempio, i personaggi e le storie della letteratura postcoloniale italiana per l'infanzia possono rappresentare modelli alternativi e coraggiosi per bambini e ragazzi, affinché sviluppino un'identità autonoma e personale, meno condizionata da pregiudizi razziali e culturali. Allo stesso tempo, l'incontro con queste letture può costituire un'occasione di riflessione anche per le adulte e gli adulti che desiderano veicolare nuovi valori e approcci, concorrendo ad un processo di cambiamento sociale e culturale in direzione più aperta e inclusiva. Seguendo le suggestioni evocate da Finozzi, la lettura e la valorizzazione di questi libri può contribuire all'elaborazione di una risposta trasformativa e potente nei confronti dei difficili tempi che corrono.

Nota biografica

Camilla Russo è dottoranda in Filologia presso l'Università di Napoli "Federico II" con un progetto di ricerca in linguistica italiana sulle grammatiche scolastiche per le scuole secondarie di primo grado. Ha studiato Lettere Moderne e Filologia Moderna presso l'Università di Napoli "Federico II" e negli anni della sua formazione universitaria si è occupata di linguistica teorica, sociolinguistica e apprendimento dell'italiano come seconda lingua.

camilla.russo4@unina.it

Come citare questo articolo

Russo, Camilla (2024), "Anna Finozzi, *La letteratura postcoloniale italiana per l'infanzia (2010-2022)*", «Scritture Migranti», n. 18, 2024, pp. 418-421.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di "open access" per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License.

Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista; tuttavia, si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.

RICARDO QUINTANA-VALLEJO, GROWING UP IN THE GUTTER:
DIASPORA AND COMICS

Tucson, University of Arizona Press, 2024, 190 pp.

Chiara Simone

Growing Up in the Gutter. Diaspora and Comics certainly represents a groundbreaking volume as nowadays still exists a gap between the production of graphic narratives and their academic consideration as artistic objects capable of addressing complex political questions. Quintana-Vallejo's monograph contributes to the filling of this gap by presenting a remarkable analysis of coming-of-age graphic narratives written by and for diasporic people, whose aim is to pave the way for a questioning and rethinking of the foundations and the boundaries of the well-established literary genre of the European *Bildungsroman*, and to do so by exploring the many expressive possibilities of the hybrid medium of comics.

The author centers his research on XXI century graphic fictional and nonfictional narratives of first- and second-generation migrants in America, who undertake paths of personal development within a socio-cultural context inevitably marked by the complex interaction between the culture of origin and that of the host country. The volume opens with a thorough introduction where two key concepts that appear in the title are discussed, namely growing up as a process of identity development that « can happen at different stages of life » (13) and the notion of diaspora as a «communal, forcible or nonvolitional displacement – often a last recourse when a community's alternative is homelessness, famine [...] and even genocide or death » (18).

To talk about the texts analyzed in the volume within the interpretative frame of coming-of-age (graphic) narratives allows the author to set aside the overly reductive definition of the *Bildungsroman*. It is since Karl Morgenstern's formulation in reference to Goethe's novel *Wilhelm Meisters Lehrjahre* (1795), that the term has come to indicate a narrative genre centered on the personal development of a white, European, heterosexual, cisgender, able-bodied male hero who ends up conforming

to the conservative values of a bourgeois sociocultural context that is also unrepresentative from a geographical point of view. On the contrary, the stories analyzed in the present volume revolve around a polymorphic notion of development, acknowledging that adulthood and maturity are porous rather than monolithic concepts, and they require the characters' individuality and personal desires to be negotiated against societal expectations. As Quintana-Vallejo argues, this is particularly true in diasporic contexts, which imply the existence of a group striving to retain and reproduce home culture in an alien and often hostile environment.

While the author had already engaged with coming-of-age plain-text novels in *Children of Globalization. Diasporic Coming-of-Age Novels in Germany, England, and the United States* (2020), here he chooses to stress out the potentiality of the visual language of comics (here, the word refers to self-contained rather than serial narratives) when it comes to represent the widest possible grammar of development of the characters engaging with the double trauma of growing and forging or accepting their real self in a context of displacement and discrimination. The volume is divided into four parts, each one exploring how the construction of identity of diasporic people intersects, respectively, with issues such as gender-based violence (chapter one), systemic racism and state violence (chapter two), queerness (chapter three) and, finally, the intergenerational burden of diaspora (chapter four). The chapters are named after significant binomials, which constitute the underlying themes on which the author builds his analysis (ghosts – color ; police brutality – black and white ; Queer/LGBTQ+ coming-of-age – the fantastic ; visual and textual – hybrid childhood). Indeed, as we navigate the book, the close reading of the graphic narratives goes far beyond thematic reading and encapsulates a medium-conscious analysis which accounts, among other rhetorical devices, for page composition, layouts, lines, bleeds, gutters, light and shadow, color palettes, showing how the interaction of this rich visual vocabulary works synergically with the verbal text to produce meaning and represent diasporic, coming-of-age narratives.

Chapter one focuses on Vera Brosgol's *Anya's Ghost* (2011), Thi Bui's *The Best We Could Do* (2017), and Gabby Rivera and Celia Moscote's *Juliet Takes a Breath* (2020), three graphic novels that address the many, haunting faces of gender-based violence in diasporic contexts. Quintana-Vallejo borrows José Esteban Muñoz's notion of disidentification (1999) to describe how the protagonists of these comics negotiate their own adulthood «against the expectations of both their ancestral community and their host society» (29), ending up with a rejection of the normative markers of maturity.

Chapter two examines the subgenre of testimonios through two black and white graphic narratives, namely *I am Alfonso Jones* (2017), by Tony Medina, Stacey Robinson and John Jennings, and *Manuelito* (2019), by Elisa Amado and Abraham Urias. Both iconotexts similarly rely on a documentary urgency to show how the coming-of-age process can be shattered by state-enforced violence that befalls individuals who are at once invisible and dangerous for the establishment.

In chapter three, the author effectively argues how queerness and magic overlap in their characteristics of excess, transgression and peripherality to the established order. The graphic novels analyzed here – *You Brought Me the Ocean* (2020) by Alex Sanchez and Julie Maroh; *The Magic Fish* (2020) by Trung Le Nguyen and *The Low, Low Woods* (2020) by Carmen Maria Machado and DaNi – display protagonists who «use magic and fantasy as sites for experimentation with queer desire and identity [...] and to figure out how their own eccentric personalities, desires and dreams fit into their processes of development» (100). The notion of disidentification as a fundamental strategy along the coming-of-age pathway of queer, diasporic people of color, returns here employed against normative heterosexuality and traditional gender roles.

Finally, chapter four moves onto graphic narratives which feature accounts of diasporic childhoods and which are designed for readers under the age of eight: *Where Are You From?*, (2019) by Yamile Saied Méndez and Jaime Kim; *Eyes That Kiss in The Corners* (2021), by Joanna Ho and Dung Ho; *Areli Is a Dreamer* (2021), by Areli

Morales and Luisa Uribe; and *My Two Border Towns* (2021), by David Bowles and Erika Meza.

The author stresses the didactic possibilities of coming-of-age graphic narratives, emphasizing the indissolubility of the text-image system to produce meaning in comics; specifically, these texts remind younger audiences that developmental processes do not need to conform to a standardized idea of maturity and, instead, the pathway to a healthy adulthood is marked by tolerance, self-acceptance and cultural hybridity.

The remarks presented in the final chapter pave the way for the conclusions of the volume, which stress once again the necessity to rethink the Eurocentric *Bildungsroman* by employing instead the more porous and inclusive framework of coming-of-age narratives. The monograph critically analyzes a genre and a medium still on the fringes of the hegemonic culture (respectively, minor literatures and comics), convincingly demonstrating that their encounter produces a much-needed militant literature, which is valuable in redefining what it really means to create one's own adulthood in a context of diaspora and injustice.

Nota biografica

Chiara Simone is PhD student at Charles University in Prague where she investigates the ecocriticism of comics in the age of the Anthropocene and where she teaches a course on the graphic novel. She has published articles in Italian and international scientific journals, and she is a member of the research group *Osservatorio sul romanzo contemporaneo*. Her main research interests include ecocriticism, comics studies, the posthuman, and the critique of capitalism.

chiara.simone@ff.cuni.cz

Come citare questo articolo

Simone, Chiara (2024), “Ricardo Quintana-Vallejo, *Growing Up in the Gutter : Diaspora and Comics*, «Scritture Migranti», n.18, pp. 422-426.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License. Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.