

# Filologia

## Antica e Moderna

n.s. II, 2  
(XXX, 50)  
2020

faem

RUBETTINO



# Filologia

## Antica e Moderna

n.s. II, 2

(XXX, 50)

**2020**

**RUBZETTINO**

*DIRETTORI*

GIULIO FERRONI, RAFFAELE PERRELLI, GIOVANNI POLARA

*DIRETTORE RESPONSABILE*

NUCCIO ORDINE

*REDATTORE EDITORIALE*

FRANCESCO IUSI

*COMITATO SCIENTIFICO*

Giancarlo Abbamonte (Università Napoli - Federico II), Mariella Bonvicini (Università di Parma), Paolo Brocato (Università della Calabria), Mirko Casagrande (Università della Calabria), Chiara Cassiani (Università della Calabria), Benedetto Clausi (Università della Calabria), Franca Ela Consolino (Università dell'Aquila), Arturo De Vivo (Università Napoli - Federico II), Cristina Figorilli (Università della Calabria), John Freccero (New York University), Ornella Fuoco (Università della Calabria), Margherita Ganeri (Università della Calabria), Francesco Garritano (Università della Calabria), Yves Hersant (École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris), Francesco Iusi (Università della Calabria), Romano Luperini (Università di Siena), Paolo Mastandrea (Università di Venezia), Laurent Pernot (Università di Strasburgo), Carmela Reale (Università della Calabria), Chiara Renda (Università Napoli - Federico II), Alessandra Romeo (Università della Calabria), Amneris Roselli (Istituto Orientale di Napoli), Heinrich von Staden (Princeton University), Stefania Voce (Università di Parma), Winfried Wehle (Eichstätt Universität)

*COMITATO DI REDAZIONE*

Francesca Biondi, Emanuela De Luca, Enrico De Luca, Fabrizio Feraco, Adelaide Fongoni, Marco Gatto, Carmela Laudani, Giuseppe Lo Castro, Piergiuseppe Pandolfo, Federica Sconza

«FILOLOGIA ANTICA E MODERNA» è una rivista scientifica *peer-reviewed*

I contributi proposti per la valutazione (articolo, saggio, recensione) redatti in forma definitiva secondo le norme indicate sul sito web [www.filologiaanticaemoderna.unical.it](http://www.filologiaanticaemoderna.unical.it), devono essere inviati in formato elettronico all'indirizzo [redazione.faem@unical.it](mailto:redazione.faem@unical.it).

I libri e le riviste per scambio e recensione devono essere inviati al Comitato di Redazione di «Filologia Antica e Moderna» presso il Dipartimento di Studi Umanistici, Università della Calabria, 87030 Arcavacata di Rende (Cosenza)

Per l'acquisto di un numero o l'abbonamento (due numeri all'anno, € 40,00) rivolgersi a: Rubbettino Editore - Viale Rosario Rubbettino, 10 - 88049 Soveria Mannelli (CZ)

Pubblicato con il contributo finanziario del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università della Calabria

Registrazione Tribunale di Cosenza N. 517 del 21/4/1992

ISSN 1123-4059

# FILOLOGIA ANTICA E MODERNA

N.S. II, 2 (XXX, 50), 2020

## Articoli

- p. 7 **Simonetta Adorni Braccesi**  
*«Suo Michaeli de Arando...» (Lione, 7 maggio 1526): Matrimonio e divorzio nell'epistolario di Enrico Cornelio Agrippa*
- p. 17 **Roberto Bondí**  
*Mona moi phila*
- p. 23 **Nicole Botti**  
*Bradamante sei vinta? Uno studio del personaggio della donna guerriera in tre pièces teatrali*
- p. 39 **Giandamiano Bovi**  
*Poesia neocatulliana: gli epicedi di Navagero*
- p. 55 **Donata Bulotta**  
*Il guerriero germanico tra atti di eroismo e tormento interiore: il caso di AI æglæca e AI wræcca*
- p. 73 **Enrico De Luca**  
*Notizia su Filippo Leonetti*
- p. 85 **Deborah De Rosa**  
*Alice nel nodo borromeo. Sul valore del non-senso tra Lacan, Deleuze e Lévi-Strauss*
- p. 105 **Marco Gatto**  
*Alvaro moralista. Una lettura de Il nostro tempo e la speranza*
- p. 119 **Yorick Gomez Gane**  
*Da brutto a brut: un possibile italianismo nel catalano*
- p. 133 **Antonio Gurrieri**  
*Langue de spécialité et dimension lexiculturelle: décrire et traduire la terminologie du patrimoine gastronomique sicilien*
- p. 153 **Maggiorino Iusi**  
*Tangenze 'Minime' nella corte di Francia a inizio Cinquecento*

- p. 165 **Nuccio Ordine** *Le metafore della teoria nelle raccolte di novelle: qualche significativo esempio dal Novellino a Bandello*

- p. 187 **Nuccio Ordine** *Giordano Bruno (Shakespeare e Cervantes): del buon uso politico della Fortuna*

- p. 203 **Piergiuseppe Pandolfo** *Tracce tibulliane e virgiliane in Vittorio Sereni*

- p. 209 **Gioacchino Strano** *Le relazioni fra Chiesa armena e Chiesa greca in età commena (secc. XI-XII)*

- p. 227 **Antonella Tedeschi** *Invidia vs gloria: Petrarca patronus di Scipione l'Africano. (A proposito di Liv. 38, 50-53 e Petr. Vir.ill. 21, 12)*

- p. 247 **Rosella Tinaburri** *Il culto di San Michele presso i Germani: dall'Italia meridionale longobarda all'Inghilterra anglosassone*

- p. 259 **Diego Varini** *Un Epitaffio per il Novecento. Il "secondo tempo" della poesia di Bassani*

### **Colloquia amicorum**

- p. 279 **Adelaide Fongoni** *Papiri filosofici in cerca d'autore*

### **Recensioni**

- p. 299 **Jasmine Bria** *(Identità di testo. Frammenti, collezioni di testi, glosse e rifacimenti, a cura di Francesco Santi e Antonio Stramaglia, [mediEVI 23] Firenze, SISMEL-Edizioni del Galluzzo, 2019, pp. IV-278 16 tavv. f.t.)*
- p. 302 **Michela Fantacci** (S. Di Benedetto, «*Depurare le tenebre delli amorosi miei versi*». *La lirica di Girolamo Benivieni*, Firenze, Olschki, 2020, pp. 309)

### **Indici**

- p. 309 **Francesco Iusi** *Indice dei nomi e dei luoghi citati*

## Articoli





Antonio Gurrieri

## Langue de spécialité et dimension lexiculturelle: décrire et traduire la terminologie du patrimoine gastronomique sicilien

### Corpus

L'affirmation du tourisme œnogastronomique au sein du marché touristique est désormais une réalité, en France et en Italie.<sup>1</sup> Nous assistons à une inversion de tendance par rapport au tourisme de masse. Jasmin Tanguay la qualifie de phénomène de déstandardisation des produits et des services, «le consommateur cherche un produit adapté à sa personnalité, à son contexte particulier, à ses besoins singuliers».<sup>2</sup> Le marché touristique s'adapte à cette nouvelle tendance. L'idée même des vacances «tout compris» est en train de se transformer, pour s'ouvrir à des séjours sur mesure, construits à partir des exigences des clients. Ainsi, la demande de «packages» ou séjours de dégustation est importante, et les guides touristiques – en version papier ou électronique, ainsi que les sites internet consacrés aux expériences culinaires – prolifèrent sur le net.

<sup>1</sup> «L'offre touristique redéfinit sa stratégie pour correspondre aux attentes des visiteurs en recherche d'altérités typiques autour de la qualité, du goût ou de la culture locale» (F. Marcelin, V. Bugni, *Le tourisme œno-gastronomique*, «Téoros» XXXV (2), 2016, <<http://journals.openedition.org/teoros/2964>> [consulté le 25/07/2020]).

<sup>2</sup> J. Tanguay, *La qualité en tourisme : de la norme à la déstandardisation*, «Téoros» XXIII (2), 2004, <<https://journals.openedition.org/teoros/628>> [consulté le 25/07/2020].

La Sicile est une région riche en traditions œnogastronomiques et les Français de passage, eux-mêmes forts d'une tradition culinaire, manifestent un intérêt et une curiosité considérables pour ce patrimoine. Or, traduire la tradition gastronomique, dans une autre langue, n'est pas toujours facile.

Notre recherche se compose de deux parties. Nous nous proposons de définir, dans un premier temps, les caractéristiques de la langue du tourisme, en tant que langue de spécialité et nous soulignerons le rôle joué par la langue de la gastronomie. La deuxième partie de notre étude sera consacrée à l'analyse des problèmes de traduction, que la langue de la gastronomie soulève, par le biais d'une réflexion sur *l'art de vivre à la française*.

Nous constaterons que les mots de la gastronomie dévoilent la richesse culturelle d'un territoire, grâce à une «charge culturelle partagée»,<sup>3</sup> suivant la définition de Robert Galisson.

Les guides touristiques et les sites internet que nous avons sélectionnés, offrent un langage de spécialité lié au tourisme gastronomique. Il s'agit de textes qui ne sont pas destinés aux professionnels de la cuisine mais, précisément, aux touristes, pour satisfaire le désir d'apprendre des détails sur la culture gastronomique sicilienne.

Notre étude ne se sert pas de méthodes d'analyse quantitative et de l'utilisation de logiciels spécifiques. Elle suit plutôt une méthode d'analyse qualitative. Les guides choisis sont aisément repérables sur le marché éditorial. Il s'agit du *Guide du Routard*,<sup>4</sup> du *Guide Vert*,<sup>5</sup> de *Geoguide*,<sup>6</sup> des sites internet liés aux guides papier, et de données issues de recherches sur Google avec des mots clés tels que *voyage gastronomique Sicile*, *séjour gastronomique Sicile*, *séjour dégustation Sicile*. Nous renvoyons à notre bibliographie pour les détails.

## Le langage du tourisme : repérage des spécificités

Le secteur touristique en Italie et en France représente un revenu

<sup>3</sup> Voir. R. Galisson, *De la langue à la culture par les mots*, Paris, Clé International, 1991.

<sup>4</sup> *Sicile – Le Routard*, Vanves, Hachette, 2019.

<sup>5</sup> *Sicile – Guide Vert*, Boulogne-Billancourt, Michelin Travel Partner, 2017.

<sup>6</sup> *Sicile – Géoguide*, Gallimard Loisirs, Paris 2017.

important, pour les deux pays. Selon le dernier rapport *Tourism Satellite Accounts in Europe* de 2019,<sup>7</sup> rédigé par Eurostat, 4,2 millions d'Italiens travaillent dans le secteur touristique. La France est, de son côté, le premier pays, pour ce qui concerne les dépenses faites par les touristes avec 64 millions de recettes, tandis que l'Italie rejoint la troisième place avec 48 millions d'euros. D'après ces données, on se rend bien compte que le secteur touristique a un poids considérable, dans l'économie de ces pays. La mise en œuvre de stratégies promotionnelles s'avère être une étape obligée. Si la promotion touristique utilise différents supports et moyens de communication, comme les vidéos et les photos, elle ne peut se passer de la langue. Maria Giovanna Nigro souligne à ce propos l'importance du binôme «tourisme et langage»:

Per promuovere, attirare, informare e comunicare il valore delle attrazioni, il turismo necessita di un linguaggio che costruisca la realtà in termini positivi, trasformandola da una località anonima e sconosciuta in una destinazione turistica [...] è il linguaggio che prepara la strada all'attività turistica vera e propria, e come una guida invisibile, accompagna il turista per l'intero corso della vacanza.<sup>8</sup>

Renata de Rugeris introduit, à ce propos, la relation existante entre langue et économie. Il s'agit de considérer la langue comme un bien économique. La chercheuse définit notamment l'économie linguistique, en s'appuyant sur les études de Vaillancourt, Breton, Lamberton et Grin.<sup>9</sup> Plus précisément, elle reprend la définition élaborée par Grin:

<sup>7</sup> Selon le site Eurostat, le rapport *Tourism Satellite Accounts in Europe*, en français «Comptes satellites du tourisme» (CST), est un rapport utile afin de mesurer l'importance du tourisme en Europe. <<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/10293066/KS-FT-19-007-EN-N.pdf/f9cdc4cc-882b-5e29-03b1-f2cee82ec59d>> [consulté le 26/07/2020].

<sup>8</sup> M.G. Nigro, *Il linguaggio specialistico del turismo – Aspetti storici, teorici e traduttivi*, Roma, Aracne, 2006, p. 41. «Pour promouvoir, attirer, informer et communiquer la valeur des attractions, le tourisme nécessite un langage qui construise la réalité en termes positifs, pour la transformer de localité anonyme et inconnue en destination touristique [...] C'est le langage qui prépare la voie à la véritable activité touristique et, comme un guide invisible, l'accompagne le touriste pendant l'intégralité de ses vacances». C'est nous qui traduisons.

<sup>9</sup> Voir, F. Vaillancourt, *Le choix de la langue de consommation*, F. Vaillancourt (éd), *Économie et Langue*, Québec, Conseil de la langue française, 1985, pp. 209-220 ; A. Breton, *An Economic Analysis of Language*, dans *New Canadian Perspectives. Economic Approaches to Language and Bilingualism*, A. Breton (ed.), Ottawa, Official Languages, 1998; D.M. Lam-

L'économie de la langue fait référence au paradigme de l'économie théorique et utilise les concepts et les outils de l'économie dans l'étude des relations présentant des variables linguistiques ; elle se concentre principalement, mais pas exclusivement, sur les rapports dans lesquels des variables économiques jouent également un rôle.<sup>10</sup>

Rugeriis souligne l'importance du «bien-langue», qui a une influence considérable dans le domaine professionnel où l'on emploie les langages spécialisés «car c'est à travers ces derniers que le sujet – individu ou entreprise – parvient à réaliser ses objectifs et, en amont, à exister dans le marché».<sup>11</sup> L'économie linguistique est donc strictement liée aux langues de spécialité (LSP), qui jouissent d'une grande considération au niveau de la recherche linguistique.

Par ailleurs, tout un débat terminologique s'est développé, au sein de la communauté scientifique, sur la définition des langues de spécialité. Le chercheur anglophone J.R. Firth introduit par exemple le terme de LSP pour *Languages for Specific Purposes*.<sup>12</sup> Dans le contexte italien, De Mauro<sup>13</sup> et Cortelazzo<sup>14</sup> donnent à leur tour une définition de langages scientifiques et de langues de spécialité. Berruto distingue trois types de langues spéciales par rapport au degré de spécialisation qui touche la langue.<sup>15</sup> Sobrero, présente enfin la dichotomie entre langues spéciales et sectorielles.<sup>16</sup> Le résultat est l'usage de termes similaires, mais différents :

berton, *The Economics of Language*, Northampton, Edward Elgar Publishing, 2002.

<sup>10</sup> R. De Rugeriis, *La promotion du territoire entre linguistique et économie. Ressources web, structures discursives et imaginaire*, «Synergies Italie», XI, 2015, p. 81. Voir F. Grin, *The economics of language: survey, assessment, and prospects*, «International Journal of the Sociology of Language» CXXI, 1996, pp. 17-44.

<sup>11</sup> De Rugeriis, *La promotion du territoire...* cit., p. 81.

<sup>12</sup> Voir J.R. Firth, *A synopsis of linguistics theory 1930-51. A linguistics analysis as a study of meaning*, dans *Selected Papers of J.R. Firth 1952-59*, F.R. Palmer (ed.), London/Harlow, Longman Linguistics Library, 1968.

<sup>13</sup> Voir T. De Mauro, *Linguaggi scientifici*, dans *Studi sul trattamento linguistico dell'informazione scientifica*, sous la direction de T. De Mauro, Roma, Bulzoni Editore, 1994.

<sup>14</sup> Voir M.A. Cortelazzo, *Lingue speciali. La dimensione verticale*, Padova, Unipress, 1994.

<sup>15</sup> Voir G. Berruto, *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1987.

<sup>16</sup> Voir A. Sobrero, *Lingue Speciali*, dans *Introduzione all'italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, Bari, Laterza, 1993.

La nécessité s'est imposée à la communauté scientifique de parvenir à une définition conceptuelle et terminologique partagée, de surcroît en raison de la surabondance des désignants en circulation : «langues de spécialité», «langues spécialisées», «langages spéciaux», «langages de la science et de la technologie», «technolectes», «langages techniques», «micro-langues», «langues à des fins spécifiques», «langues sur objectifs spécifiques», «langues fonctionnelles», «langues spécifiques», «langues scientifiques», «langues sectorielles», «discours scientifiques», «sous-codes», «sous-langages», etc. sont autant de désignants qui coexistent dans la littérature sur le sujet comme autant d'équivalents terminologiques – à quelques nuances près, néanmoins.<sup>17</sup>

Si nous choisissons de nous concentrer sur la variété linguistique des langues de spécialité, nous pouvons faire référence à Jakobson.<sup>18</sup> Parmi les six fonctions communicatives qui concernent l'usage d'une langue, la fonction référentielle et dénotative est dominante. Federica Scarpa ajoute que, pour satisfaire les buts pragmatiques des langues de spécialité, les fonctions métalinguistique, conative, phatique et expressive sont facilement repérables dans les textes spécialisés,<sup>19</sup> ainsi qu'une fonction identificatrice, selon la définition de Balboni.<sup>20</sup> Cette dernière permet aux spécialistes du secteur de se reconnaître comme faisant partie d'un groupe restreint de professionnels qui adoptent un langage spécifique ou sectoriel.

Balboni utilise dans ce cas le terme de microlangues scientifique-professionnelles, pour souligner la fonction pragmatique liée à la nécessité de garantir une communication efficace, à travers l'usage d'une langue qui soit claire et précise et qui puisse garantir, d'un point de vue sociolinguistique, son appartenance à un groupe de professionnels.<sup>21</sup> C'est le cas notamment des médecins, des scientifiques en général et de toutes catégories professionnelles qui se servent d'une langue de spécialité.

<sup>17</sup> De Rugeris, *La promotion du territoire...* cit., p. 82.

<sup>18</sup> Voir R. Jakobson, *Linguistica e poetica*, dans *Saggi di linguistica generale*, sous la direction de L. Heilmann, Milano, Feltrinelli, 1966.

<sup>19</sup> F. Scarpa, *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*, Milano, Hoepli, 2008<sup>2</sup>, p. 10.

<sup>20</sup> Voir P. E. Balboni, *Le microlingue scientifico-professionali. Natura e insegnamento*, Torino, UTET, 2000.

<sup>21</sup> *Ibid.*, pp. 23-24.

La langue du tourisme mérite un discours à part, pour ce qui concerne son appartenance au domaine des langues de spécialité. Plusieurs études illustrent la difficulté de bien cerner le contexte référentiel de la langue du tourisme. Les guides touristiques sont l'emblème par excellence d'une langue qui puise dans différents secteurs. Dans les descriptions d'un guide culturel classique, le lecteur doit faire face à la langue de spécialité de l'art, de l'archéologie, de la gastronomie et ainsi de suite. Nigro parle à ce propos d'«hybridisme sectoriel»;<sup>22</sup> il cite les considérations de M.V. Calvi, qui caractérise le langage du tourisme par «una sfuggente fisionomia linguistica».<sup>23</sup> Balboni, pour sa part, voit dans la langue du tourisme la présence d'un «fascio di microlingue»,<sup>24</sup> chaque microlingue ayant ses propres caractéristiques. La plupart des études montrent d'ailleurs cette hétérogénéité pluridisciplinaire :

La compacité d'une définition se heurte en effet à la multiplicité des secteurs et sous-secteurs professionnels liés à la sphère du tourisme parmi lesquels on peut citer: l'hôtellerie (industrie hôtelière); les transports (moyens de transport); les agences de voyages (organisateur de voyages à forfait); le marketing pour la promotion et la vente de produits touristiques ; les rencontres professionnelles, foires, conférences, expositions; l'industrie de l'édition (des guides touristiques, des revues, des pages web); les assurances (polices).<sup>25</sup>

L'inclusion de tous ces secteurs professionnels caractérise la nature multidimensionnelle de la langue du tourisme. Toutefois, en accord avec Hoffmann, il faut préciser que la langue du tourisme n'est pas un système linguistique autonome, mais fait partie de cette langue commune.<sup>26</sup> En effet, «une langue spécialisée ne constitue pas une langue

<sup>22</sup> Nigro, *Il linguaggio specialistico...* cit., p. 51.

<sup>23</sup> M.V. Calvi, *Il linguaggio spagnolo del turismo*, Viareggio, Baroni, 2000, p. 33. "Fuyante physionomie linguistique". C'est nous qui traduisons.

<sup>24</sup> Voir P. Balboni, *La microlingua del turismo come "fascio di microlingue"*, dans *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*, Brescia, La Scuola, 1989. "Faisceaux de microlingues". C'est nous qui traduisons.

<sup>25</sup> De Rugeris, *La promotion du territoire...* cit., p. 83.

<sup>26</sup> Voir L. Hoffmann, *Language for Special/Specific Purposes*, dans *English for Specific Purposes*, sous la direction de U. Thurmer, Leipzig, Uta Thurmer, 1998.

à part entière parce qu'elle ne constitue en aucune façon un système autonome». <sup>27</sup> La langue du tourisme et les discours du tourisme se configurent dès lors, selon l'intéressante définition de Marina Aragon Cobo, comme des «discours para-spécialisés, ayant fait l'objet d'une banalisation». <sup>28</sup> L'exemple du guide touristique qui illustre les éléments de l'art classique d'un temple grec en est un parfait exemple:

On peut distinguer à l'intérieur de la colonnade les arcades pratiquées dans le mur initial du *naos*. Bel exemple de procédé de correction optique, les colonnes s'amincissent vers le haut pour paraître plus grandes. Elles présentent un léger renflement aux deux tiers environ de leur hauteur (*entasis*) pour contrer l'effet optique de creusement au centre ; elles sont aussi légèrement inclinées vers le centre virtuel du fronton, pour donner, à une certaine distance du temple, l'impression de verticales parfaites. La frise classique alterne triglyphes et métopes sans bas-relief décoratif. Le fronton n'était pas non plus décoré. <sup>29</sup>

Malgré les termes techniques, le style de vulgarisation adopté permet aux lecteurs de trouver des repères, dans les explications proposées. Le rédacteur du passage cité veut expliquer un terme technique de l'architecture grecque, l'*entasis*. Le terme est mis entre parenthèses; il est accompagné d'une explication simple et relativement longue. D'autres termes spécifiques sont la frise, les triglyphes, les métopes, le fronton, mais le lecteur qui n'est pas féru d'art classique peut s'aider d'un glossaire en images placé à la fin du volume. Cela contribue visiblement à la compréhension des termes qui sont peu utilisés dans la langue quotidienne.

Le discours économique est l'un des discours touristiques qui connaissent une importante simplification:

L'île a de nombreux atouts en la matière et voit, tous les ans, sa fréquentation augmenter considérablement. En 2018, 14,7 millions de touristes (dont 60%

<sup>27</sup> A. Condamines, J. Rebeyrolle, *Point de vue en langue spécialisée*, «Meta» XLII (1), 1997, p. 176. <<https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1997-v42-n1-meta176/002359ar/>> [consulté le 30/07/2020].

<sup>28</sup> M. Aragon Cobo, *La contribution de la pragmatique lexiculturelle dans un dictionnaire du tourisme*, «Meta» L (4), 2005, <<https://www.erudit.org/fr/revues/meta/2005-v50-n4-meta1024/019908ar.pdf>> [consulté le 10/08/2020].

<sup>29</sup> *Guide Vert...* cit., p. 147.

d'étrangers) ont visité la Sicile, c'est un million de plus que l'année précédente. Si le secteur des services en général – qui occupe environ 75% de la population active – souffre de la crise, le tourisme tire ces dernières années son épingle du jeu, bénéficiant principalement de la désaffection des voyageurs pour les pays du Maghreb à la suite des soubresauts du Printemps arabe, de la crise en Turquie, et plus particulièrement des attentats meurtriers commis en France, en Espagne et en Belgique sur la période 2015-2017.<sup>30</sup>

Les commentaires, à propos des données statistiques, sont ici simplifiés, avec l'usage de la locution «tirer son épingle du jeu», qui participe à cet effet de banalisation, que nous venons de citer. L'explication des données apparaît ainsi moins lourde et l'objectif communicatif est plus efficace, pour un lecteur qui ne maîtrise pas les termes de l'économie.

Enfin, un autre sous-langage du tourisme est représenté par la langue de la gastronomie, qui occupe une place importante non seulement dans les guides culturels de notre corpus, mais aussi sur les sites internet sélectionnés. Les touristes cherchent de plus en plus des expériences interactives avec la tradition culinaire locale. Il ne s'agit pas de connaître simplement la culture traditionnelle, mais surtout les odeurs et les saveurs de la destination choisie.

### Tourisme et gastronomie: bref aperçu sur *l'art de vivre à la française*

Le mot gastronomie est un emprunt du grec γαστρονομία, «art de régler l'estomac».<sup>31</sup> Ce mot est introduit à partir du XVII<sup>e</sup> siècle comme titre d'ouvrage, puis au XIX<sup>e</sup> siècle il est classé comme nom commun, avec les mots gastronome et gastronomique.<sup>32</sup>

La gastronomie française vante une longue tradition pour ce qui concerne l'art du bien-manger:

<sup>30</sup> Routard... cit., p. 480.

<sup>31</sup> <<https://www.cnrtl.fr/etymologie/gastronomie>> [consulté le 31/07/2020].

<sup>32</sup> J. Picoche, *Dictionnaire étymologique du français*, Paris, Dictionnaires Le Robert, 1993, p. 234.



Les «Itinéraires» pour voyageurs, ces «guides d'avant les guides», autant que les «Livres de pays», édités depuis le Moyen Âge au moins, prescrivaient déjà, pour chaque contrée traversée, les paysages et les vestiges historiques sur lesquels le voyageur devait porter et attarder son regard. Ils indiquaient aussi les richesses, agricoles et industrielles, des territoires (*terrouer*, en vieux français) et des villes, parmi lesquelles étaient souvent mentionnées des productions alimentaires, sur lesquelles les auteurs étaient enclins à porter des appréciations et engager ainsi le lecteur à les goûter. [...] Néanmoins, ce sont les guides imprimés produits au XIX<sup>e</sup> siècle qui, en lien avec l'intérêt naissant pour une gastronomie qui commence à être pensée comme une attraction, intègrent au «où manger», le «que manger».<sup>33</sup>

Le XIX<sup>e</sup> siècle représente une période favorable pour la gastronomie française, avec la publication de plusieurs ouvrages.<sup>34</sup> À titre d'exemple, Alexandre Dumas se penche sur l'art de la gastronomie en écrivant le *Grand dictionnaire de cuisine*,<sup>35</sup> une œuvre insolite pour le grand écrivain de romans à succès. Thierry Savatier cite, dans la préface à la dernière édition abrégée de ce dictionnaire de cuisine, les mots de Dumas dans son journal le *Monte-Cristo*: «je mettrai sous vos yeux un livre de cuisine pratique, à l'aide duquel l'individu le plus ignorant en gastronomie pourra faire tout aussi bien que mon honorable ami Guillemot, une espagnole ou une mirepoix».<sup>36</sup> En 1834, Paris devient, avec ses 2000 restaurants le centre de la gastronomie française.<sup>37</sup> La ville offre une cuisine bien plus élaborée que celle des anciennes auberges:

Sous l'Ancien Régime, une distinction stricte séparait la cuisine paysanne (simple, dépendante des saisons, du climat et des produits locaux) de la cuisine aristocratique [...]. La Révolution modifia cette situation en transposant de manière inattendue, mais bien réelle, le jacobinisme et le pouvoir bourgeois jusque

<sup>33</sup> J. Csergo, *Tourisme et gastronomie*, «Téoros» XXXV (2), 2016. <<http://journals.openedition.org/teoros/2916>> [Consulté le 02/08/2020].

<sup>34</sup> Voir. M. Marchetti, *Gastronomie et savoir, dans Confini e Oltre. Studi fra Oriente e Occidente per Francesca Rizzo Nervo*, sous la direction de R. Barcellona, G. Lalomia, T. Sardella, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2020, pp. 201-212.

<sup>35</sup> A. Dumas, *Grand Dictionnaire de cuisine*, Paris, Lemerre, 1873.

<sup>36</sup> T. Savatier, *Préface*, dans A. Dumas, *Mon dictionnaire de cuisine*, Paris, Bartillat, 2011, p. I.

<sup>37</sup> *Ibid.*, p. II.

dans l'art culinaire. C'est en effet à Paris, dès le Directoire, et davantage encore sous le Consulat et l'Empire, que se développa le concept de cuisine française – au net détriment des cuisines régionales – alliant la qualité des produits à une complexité des processus que rendait possible le progrès scientifique.<sup>38</sup>

À côté de la cuisine aristocratique, nous assistons alors au développement de la cuisine bourgeoise:<sup>39</sup>

Des rubriques gastronomiques apparaissent, dans la presse, ainsi que des livres de vulgarisation qui contribuent à établir les bases du discours gastronomique contemporain. Nous songeons au *Livre de cuisine*, comprenant la cuisine de ménage et la grande cuisine de Jules Gouffé ou aux *365 Menus* du baron Brisse.<sup>40</sup>

Parallèlement, l'offre touristique devient, au XX<sup>e</sup> siècle, de plus en plus spécifique et ciblée sur les besoins et les désirs des clients potentiels:

La gastronomie devient la voie d'accès à ce qui dit alors «l'âme» du pays. C'est donc sur l'histoire singulière de sa relation à la table, qui puise ses racines dans le temps long, que la France construira, à travers le monde et par la propagande touristique, son image de «pays de la gastronomie».<sup>41</sup>

## Langue de la gastronomie et dimension lexiculturelle : problèmes de traduction

Le touriste français possède, nous l'avons assez souligné, un bagage culturel gastronomique important. Il prévoit, lors d'un voyage en Italie, des expériences culinaires intéressantes surtout en Sicile, terre d'élection de la cuisine méditerranéenne.

Les guides en format papier faisant partie de notre corpus présentent des chapitres introductifs, consacrés à la gastronomie sicilienne,<sup>42</sup>

<sup>38</sup> *Ibidem*.

<sup>39</sup> Voir à ce sujet J.-A. Brillat-Savarin, *Physiologie du goût* (1825), Paris, Hermann, Collection Savoir, 1975.

<sup>40</sup> Savatier, *Préface*... cit., pp. II-III.

<sup>41</sup> Csergo, *Tourisme et...* cit.

<sup>42</sup> Voir *Géoguide*... cit., p. 32 ; *Guide Vert*... cit., p. 516 ; *Routard*... cit., p. 475.

tandis que sur les sites internet, les informations sont réduites.<sup>43</sup> Un site internet se structure de manière différente par rapport aux guides traditionnels: les textes sont accompagnés par des images, qui attirent l'attention du lecteur; à l'exception des sites internet du *Routard* et de *Geoguide*, où les sections consacrées à la gastronomie reproduisent les textes des guides en papier, mais avec des blancs entre les paragraphes, pour faciliter la lecture sur écran.<sup>44</sup>

Notre analyse se concentre sur le traitement terminologique des termes propres à la gastronomie sicilienne. Dans son étude sur la perception du produit œnogastronomique italien en France, Claudio Grimaldi souligne les difficultés existantes lorsqu'il s'agit de traduire un terme étranger en langue française. Plusieurs stratégies traductives sont concernées. Il distingue l'emprunt, la simple traduction, l'emprunt accompagné d'une glose explicative du produit, et enfin une glose explicative suivie d'une note culturelle ou d'un hyperonyme qui peut aider à la compréhension du terme.<sup>45</sup>

Nous retrouvons, dans notre corpus, de nombreux cas d'emprunt avec l'utilisation de l'italique ou du caractère gras. C'est le cas des noms de plats de la tradition culinaire comme *pasta con le sarde*, *parmigiana*, *castrato*, *cannoli*, *cassate*, *pignocata*, *biancomangiare*, *frutta martorana*, ou d'aliments typiques traditionnels comme *ricotta*, *verdello*, *cedro*, ou de noms de produits classifiés AOC ou DOCG, par exemple les vins *cerasuolo di Vittoria*, *etna rosso*, *nero d'Avola*, *mar-sala*, *passito di Pantelleria* ou *malvasia delle Lipari*.

<sup>43</sup> <<https://www.lonelyplanet.fr/article/sicile-manger-et-boire-comme-un-sicilien>> [consulté le 6/08/2020];

<<https://www.guide-evasion.fr/nos-destinations/paysregions/10-specialites-gastronomiques-de-sicile/>> [consulté le 6/08/2020];

<<https://www.lasicile.fr/gastronomie-et-cuisine-sicilienne/>> [consulté le 6/08/2020];

<sup>44</sup> <[https://www.routard.com/guide/sicile/1003/cuisine\\_et\\_boissons.htm](https://www.routard.com/guide/sicile/1003/cuisine_et_boissons.htm)> [consulté le 5/08/2020];

<<https://www.geo.fr/destinations/italie/sicile>> [consulté le 5/08/2020];

<sup>45</sup> C. Grimaldi, *La percezione del prodotto enogastronomico italiano in Francia: studio di caso delle guide Gault et Millau e Michelin*, dans *La terminologia dell'agroalimentare*, sous la direction de F. Chessa, C. De Giovanni, M.T. Zanola, Milano, FrancoAngeli, 2014, p. 102.

Cette dernière catégorie est à distinguer, parce qu'il s'agit de noms de marques (DOP) ou (IGP) selon la classification italienne, qui, grâce à leur diffusion, ne devraient pas être traduits. Grimaldi précise encore à ce sujet que ces produits devraient être traités comme «delle unità terminologiche in traducibili in quanto denotano un prodotto ben specifico della produzione agroalimentare italiana, di qualità e di fama internazionale». <sup>46</sup> En général, nous observons le respect de la terminologie originelle et donc le maintien du terme italien avec sa dénomination spécifique.

Toutefois, le choix de l'emprunt n'est pas une constante, parce que la compréhension du lecteur francophone est limitée. D'ailleurs, la présence de ces mots étrangers est assimilable à la technique du *linguaging*, selon la définition de Potter. <sup>47</sup> En reprenant cette définition, Nigro explique que la présence de mots étrangers provoque chez le destinataire du message un sentiment d'infériorité dû au manque de compréhension; à ce stade, le lecteur est alors plus disponible. C'est une stratégie qui caractérise le langage des guides, mais dont l'usage doit être limité, pour ne pas décourager le client. <sup>48</sup>

Le deuxième cas relevé consiste à traduire les noms des plats siciliens. La traduction est souvent placée entre parenthèses, à côté du nom en italien. Les exemples sont nombreux : *pâtes aux sardines*, *paupiettes à la palermitaine*, *cochonnet noir des Nebrodi*, *pâtes aux oursins*, *pains de viande*, *lapin à l'aigre-douce*, *fromage à cheval*, *macarons aux amandes*. Ces termes attirent notre attention surtout pour la traduction choisie. Tout d'abord, *fromage à cheval* pour *caciocavallo* est à notre avis un calque adapté qui assume une connotation ironique à cause de l'image qu'il évoque; on avait l'habitude de transporter ce fromage à cheval. Ensuite, *macarons aux amandes* pour traduire *amaretti* est un cas d'adaptation. L'image du macaron n'existe pas

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 105. «Des unités terminologiques intraduisibles parce qu'elles dénotent un produit spécifique de la production agroalimentaire italienne, de qualité et de renommée internationale». C'est nous qui traduisons.

<sup>47</sup> S. Potter in G. Dann, *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*, Wellington, CAB International, 1996, p. 183.

<sup>48</sup> Nigro, *Il linguaggio specialistico...* cit., pp. 55-56.

dans l’imaginaire sicilien et les *amaretti* rappellent probablement la forme des macarons, dans la culture cible.

Une mention spéciale doit être faite pour les termes en langue sicilienne toujours avec traduction entre parenthèses ou avec une glose explicative : *pane cunzato* (*pain assaisonné*), *gelo di “mellone”* (*gelée de pastèque*), *u sfinciuni* (*sorte de pizza traditionnelle à base de tomates, d’anchois...*).<sup>49</sup> Avec ces termes directement issus de la langue sicilienne, on exploite l’accent sicilien pour pousser le touriste à parler comme un local.

Le troisième cas est représenté par la présence d’emprunts, avec glose explicative. Ce groupe est le plus vaste; nous indiquons des exemples parmi les plus significatifs. Les traditions culinaires de la France et de l’Italie sont extrêmement variées, notamment parce qu’elles sont liées aux différentes régions et territoires. Les *maccheroni alla norma* sont «une spécialité de Catane, avec sauce tomate à l’ail, aubergines, ricotta et basilic frais»,<sup>50</sup> la *pasta con le sarde* sont des «*bu-catini* avec des sardines, des anchois, du fenouil sauvage et une chapelure, passés au four». <sup>51</sup> L’*arancino* est décrit comme «petite orange, petite boule panée mélangeant riz, viande et petits pois». <sup>52</sup> La *granita* est «cette glace pilée qui rassemble toutes les saveurs de l’île». <sup>53</sup> Ensuite, on trouve «les *panelle* (*beignets à base de farine de pois chiche*) et les *babbaluci* (petits escargots marinés vendus en cornets)». <sup>54</sup> Enfin, le «*Pani ca meusa* – petits pains garnis de rate de veau, de caciocavallo (fromage à pâte filée), de saindoux chaud et d’un filet de jus de citron». <sup>55</sup>

<sup>49</sup> Pour approfondir la culture alimentaire et le lexique gastronomique sicilien, consulter: G. Ruffino, N. Bernardi, *Per una ricerca sulla cultura alimentare e sul lessico gastronomico in Sicilia – Appunti e materiali*, Palermo, Piccola biblioteca dell’ALS, 2000.

<sup>50</sup> Routard... cit., p. 477.

<sup>51</sup> *Ibidem*.

<sup>52</sup> *Géoguide*... cit., p. 32.

<sup>53</sup> *Ibidem*.

<sup>54</sup> *Guide Vert*... cit., p. 518.

<sup>55</sup> <<https://www.lonelyplanet.fr/article/sicile-manger-et-boire-comme-un-sicilien>> [consulté le 6/08/2020].

Parmi les choix de traduction observés, le recours aux gloses explicatives permet de connaître les ingrédients qui composent ces plats traditionnels. Toutefois, à notre avis, l'ajout de notes de culture permet un engagement encore plus profond, de la part du touriste. Dans ce cas, il s'agit de transmettre aux lecteurs étrangers non seulement la terminologie d'une recette, d'un produit ou des ingrédients, mais aussi la culture et la tradition que recèlent ces termes ou mots à «charge culturelle partagée», selon la définition de Robert Galisson :

J'appelle «Charge Culturelle Partagée» (C.C.P. !) la valeur ajoutée à leur signification ordinaire et pose que l'ensemble des mots à C.C.P. connus de tous les natifs circonscrit la lexiculture partagée. Laquelle est toute désignée pour servir de rampe d'accès à la culture omniprésente dans la vie des autochtones et que les étrangers ont tant de mal à maîtriser – sans doute parce qu'elle n'est décrite, donc enseignée nulle part à ce jour : la culture partagée.<sup>56</sup>

Ces mots sont porteurs d'une culture millénaire, qui ne peut pas s'estomper derrière une simple traduction. Or, il est fondamental de transmettre une culture et des émotions significatives. La figure du *consomm'acteur*,<sup>57</sup> c'est-à-dire d'un consommateur responsable, respectueux et informé des qualités d'un produit, est considérable dans ce contexte. Le touriste cherche des expériences authentiques qui racontent le cycle de vie et la naissance d'un produit, et surtout la tradition culturelle corrélée. Voici un extrait de notre corpus qui nous permet d'évaluer l'effet de l'ajout, d'une note de culture:

«mpanatigghi», sortes de biscuits hérités de l'occupation espagnole et du besoin de conserver la viande (il s'agit de petits biscuits sucrés à la viande et au chocolat noir).<sup>58</sup>

Pasta alla norma – D'après la légende, la recette tiendrait son nom du chef-d'œuvre éponyme de Vincenzo Bellini, célèbre compositeur catanais. Un client

<sup>56</sup> R. Galisson, *De la langue à la culture par les mots*, Paris, Clé International, 1991, p. 120.

<sup>57</sup> Grimaldi, *La percezione del prodotto...* cit., p. 98;

<sup>58</sup> <<https://www.petitfute.com/v38851-modica/c650-produits-gourmands-vins/c1107-pains-gateaux-chocolats-glaces/700660-antica-dolceria-bonajuto.html>> [consulté le 10/08/2020].

aurait déclaré après l'avoir goûtée qu'il s'agissait d'une vraie Norma, en référence à l'œuvre et voulant dire que le plat était parfait.<sup>59</sup>

La *frutta martorana* – Elles étaient bien ennuyées les religieuses du couvent de la Martorana lorsque Charles V annonça sa visite en juin 1537 ; ce mois-là, les orangers ont déjà perdu leurs fleurs mais ne produisent pas encore des oranges. Pour faire bonne figure et donner un peu de gaieté à leur jardin, elles préparaient des oranges en pâte d'amandes qu'elles accrochèrent aux arbres [...]. Toujours est-il que depuis ce jour-là, la *frutta martorana* s'est ajoutée aux spécialités siciennes que l'on préparait début novembre, pour commémorer les défunts.<sup>60</sup>

Notre dernier exemple est tiré d'un guide culturel où les notes de culture sont beaucoup plus approfondies que les descriptions que l'on peut trouver, sur les sites internet. Ces notes de culture contribuent à la formation d'une culture transversale, offrant à l'imaginaire du touriste un bagage culturel qui autrement resterait inconnu. La connaissance de ces éléments culturels permet d'observer la réalité, presque comme un natif.

Dans l'optique de l'élaboration d'un dictionnaire bilingue, Marina Aragon Cobo nous fait remarquer que, pour ces mots qui ont une charge culturelle importante, il faut opter pour une traduction hétéromorphe, «du moment où nous nous trouvons face à un terme L2 dont la relation n'est pas bijective avec celle du terme L1».<sup>61</sup> Les traductions hétéromorphes nécessitent évidemment des articles denses, pour faciliter le décodage des termes.

La culture partagée n'est rien d'autre que l'identité collective d'un peuple et permet d'ailleurs «de se sentir des individus à part entière, et d'être reconnus comme tels par tous ceux qui se réclament de la même identité collective».<sup>62</sup>

<sup>59</sup> <<https://www.guide-evasion.fr/nos-destinations/paysregions/10-specialites-gastronomiques-de-sicile/>> [consulté le 06/08/2020].

<sup>60</sup> *Guide Vert...* cit., p. 40.

<sup>61</sup> Aragon Cobo, *La contribution de la pragmatique...* cit.

<sup>62</sup> R. Galisson, *La culture partagée : une monnaie d'échange interculturelle*, Lexiques, coll. «F», p. 114.

## Conclusion

Le langage du tourisme est difficile à cerner; il évoque plusieurs domaines, qui utilisent une langue de spécialité et une terminologie appropriée. Cependant plusieurs études démontrent que le dénominateur commun de ce langage reste le but promotionnel;<sup>63</sup> à travers les mots des guides ou des sites promotionnels, le touriste est poussé à choisir telle ou telle destination touristique.

La gastronomie, sous-ensemble de ce langage, participe, avec sa terminologie, à son enrichissement. Le contexte culturel bilingue de notre corpus oblige les rédacteurs des pages internet ou des guides culturels à pratiquer diverses formes de traduction pour transmettre l'image concrète et l'idée des plats et des produits qui appartiennent à la tradition sicilienne. La langue française accueille beaucoup de cas d'emprunts, et certains arrivent à avoir un discret niveau de lexicalisation. Si nous prenons par exemple les différentes typologies des pâtes, comme les fettucines, les linguines, les raviolis ou les lasagnes, ce sont des termes qui font désormais partie du dictionnaire monolingue et qui suivent les règles de l'orthographe française.<sup>64</sup>

Malgré cela, les dénominations des plats typiques régionaux ou des produits alimentaires ne peuvent pas subir, à notre avis, un simple procès de «traduction isomorphe»;<sup>65</sup> les termes ne sont pas toujours équivalents. L'emprunt n'est pas toujours la solution optimale, surtout quand il s'agit de transmettre la «lexiculture», c'est-à-dire la «valeur implicite qui correspond à la dimension pragmatique des mots».<sup>66</sup> Une note de culture se révèle être sur ce point la solution la plus efficace, pour transmettre les usages et coutumes d'un peuple. Elle contribue sensiblement à la compréhension interculturelle, de la part du touriste.

Le touriste moderne est d'ailleurs à la recherche constante d'expé-

<sup>63</sup> Voir Nigro, *Il linguaggio specialistico...* cit., p. 63.

<sup>64</sup> Grimaldi, *La percezione del prodotto...* cit., p. 103.

<sup>65</sup> Aragon Cobo, *La contribution de la pragmatique...* cit.

<sup>66</sup> Guillén Díaz Carmen, *La lexiculture: d'un concept instrumental à un outil d'intervention en didactique*, dans *Mots et lexiculture – Hommage à Robert Galisson*, sous la direction de M.T. Lino et de J. Pruvost, Paris, Honoré Champion Éditeur, 2003, p. 42.



riences émotionnelles. Il veut vivre à la manière des locaux: dans notre cas, goûter la bonne chère, pour ressentir les mêmes émotions qu'un Sicilien. Or, seule une connaissance approfondie de la culture gastronomique et des traditions populaires qui y sont liées, permet le déclic d'une émotion authentique.

## Abstract

The need for «packages» or tasting stays suggests the development of food and wine tourism. Travel guides, both print and electronic, and culinary experiences websites proliferate on the Internet. This article aims to show how the editors of guides or websites translate the gastronomic tradition of Sicilian gastronomy. The study consists of two parts. First of all, it is a question of defining the language of tourism as a special language and the language of gastronomy is part of it. We then proceed to the analysis of the translation problems about the language of gastronomy, with particular attention to the treatment of terms with a «charge culturelle partagée».

Antonio Gurrieri  
antoniomaria.gurrieri@gmail.com

## Bibliographie

- M. Aragon Cobo, *La contribution de la pragmatique lexicoculturelle dans un dictionnaire du tourisme*, "Meta" L (4), 2005, <<https://www.erudit.org/fr/revues/meta/2005-v50-n4-meta1024/019908ar.pdf>> [consulté le 10/08/2020].
- P.E. Balboni, *La microlingua del turismo come "fascio di microlingue"*, dans *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*, Brescia, La Scuola, 1989.
- G. Berruto, *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1987.
- A. Breton, *An Economic Analysis of Language*, dans *New Canadian Perspectives. Economic Approaches to Language and Bilingualism.*, A. Breton (éd.), Ottawa, Official languages, 1998;
- J.A. Brillat-Savarin, *Physiologie du gout* (1825), Paris, Hermann, Collection Savoir, 1975.
- M.V. Calvi, *Il linguaggio spagnolo del turismo*, Viareggio, Baroni, 2000.
- Condamines Anne, Rebeyrolle Josette, *Point de vue en langue spécialisée*, «Meta» XLII (1), 1997, <<https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1997-v42-n1-meta176/002359ar/>> [consulté le 30/07/2020].
- A.M. Cortelazzo, *Lingue speciali. La dimensione verticale*, Padova, Unipress, 1994.
- J. Csergo, *Tourisme et gastronomie*, "Téoros" XXXV (2), 2016. <<http://journals.openedition.org/teoros/2916>> [Consulté le 02/08/2020].
- G. Dann, *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*, Wellington, CAB International, 1996.
- T. De Mauro, *Linguaggi scientifici*, dans *Studi sul trattamento linguistico dell'informazione scientifica*, sous la direction de T. De Mauro, Roma, Bulzoni Editore, 1994.
- R. De Rugeris, *La promotion du territoire entre linguistique et économie. Ressources web, structures discursives et imaginaire*, "Synergies Italie" XI, 2015.
- A. Dumas, *Grand Dictionnaire de cuisine*, Paris, Lemerre, 1873.
- J.R. Firth, *A synopsis of linguistics theory 1930-51. A linguistics analysis as a study of meaning*, dans *Selected Papers of J. R. Firth 1952-59*, F. R. Palmer (ed), London/Harlow, Longman Linguistics Library, 1968.
- R. Galisson, *De la langue à la culture par les mots*, Paris, Clé International, 1991.
- C. Grimaldi, *La percezione del prodotto enogastronomico italiano in Francia: studio di caso delle guide Gault et Millau e Michelin*, dans *La terminologia*

- dell'agroalimentare, sous la direction de F. Chessa, C. De Giovanni, M.T. Zanola, Milano, FrancoAngeli, 2014.
- F. Grin, *The economics of language: survey, assessment, and prospects*, «International Journal of the Sociology of Language» CXXI, 1996.
- C. Guillén Díaz, *La lexiculture: d'un concept instrumental à un outil d'intervention en didactique*, dans *Mots et lexiculture – Hommage à Robert Galisson*, sous la direction de M.T. Lino et de J. Pruvost, Paris, Honoré Champion Éditeur, 2003.
- L. Hoffmann, *Language for Special/Specific Purposes*, dans *English for Specific Purposes*, sous la direction de U. Thurmer, Leipzig, Uta Thurmer, 1998.
- Id., *La culture partagée: une monnaie d'échange interculturelle*, Lexiques, coll. "F".
- Id., *Le microlingue scientifico-professionali. Natura e insegnamento*, Torino, UTET, 2000.
- R. Jakobson, *Linguistica e poetica*, dans *Saggi di linguistica generale*, sous la direction de L. Heilmann, Milano, Feltrinelli, 1966.
- D.M. Lamberton, *The Economics of Language*, Northampton, Edward Elgar Publishing, 2002.
- F. Marcelin, V. Bugni, *Le tourisme œno-gastronomique*, «Téoros» XXXV (2), 2016, <<http://journals.openedition.org/teoros/2964>> [consulté le 25/07/2020].
- M. Marchetti, *Gastronomie et savoir*, dans *Confini e Oltre. Studi fra Oriente e Occidente per Francesca Rizzo Nervo*, sous la direction de R. Barcellona, G. Lalomia, T. Sardella, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2020, pp. 201-212.
- M.G. Nigro, *Il linguaggio specialistico del turismo – Aspetti storici, teorici e traduttivi*, Roma, Aracne, 2006.
- Picoche Jacqueline, *Dictionnaire étymologique du français*, Paris, Dictionnaires LE ROBERT, 1993.
- G. Ruffino-N. Bernardi, *Per una ricerca sulla cultura alimentare e sul lessico gastronomico in Sicilia – Appunti e materiali*, Palermo, Piccola biblioteca dell'ALS, 2000.
- T. Savatier, *Préface*, dans A. Dumas, *Mon dictionnaire de cuisine*, Paris, Bartilat, 2011.
- F. Scarpa, *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*, Milano, Hoepli, 2008<sup>2</sup>.
- Sicile – Géoguide*, Gallimard Loisirs, Paris 2017.
- Sicile – Guide Vert*, Boulogne-Billancourt, Michelin Travel Partner, 2017.
- Sicile – Le Routard*, Vanves, Hachette, 2019.
- A. Sobrero, *Lingue Speciali*, dans *Introduzione all'italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, Bari, Laterza, 1993.

- J. Tanguay, *La qualité en tourisme: de la norme à la déstandardisation*, «Téoros» XXIII (2), 2004, <<https://journals.openedition.org/teoros/628>> [consulté le 25/07/2020].
- F. Vaillancourt, *Le choix de la langue de consommation*, F. Vaillancourt, (éd), *Économie et Langue*, Québec, Conseil de la langue française, 1985.

## Sitographie

- <[https://www.google.fr/search?source=hp&ei=491AX8DsK8zCgwf64nQCQ&q=voyage+gastronomique+Sicile&oq=voyage+gastronomique+Sicile&gs\\_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIGCAAQFhAeUIYiWlYiYLgoaABwAHgAgAGYAYgBmAGSAQMwLjGYAQCgAQKgAQGqAQdnd3Mtd2l6&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwiA6o\\_OuK7rAhVM4eAKHdx1ApoQ4dUDCAk&uact=5](https://www.google.fr/search?source=hp&ei=491AX8DsK8zCgwf64nQCQ&q=voyage+gastronomique+Sicile&oq=voyage+gastronomique+Sicile&gs_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIGCAAQFhAeUIYiWlYiYLgoaABwAHgAgAGYAYgBmAGSAQMwLjGYAQCgAQKgAQGqAQdnd3Mtd2l6&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwiA6o_OuK7rAhVM4eAKHdx1ApoQ4dUDCAk&uact=5)> [consulté le 3/08/2020];
- <<https://www.google.fr/search?q=s%C3%A9jour+gastronomique+Sicile&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwj91tb8uK7rAhWBzaQKHVVuCl0QBSgAegQICxAt&biw=1366&bih=576>> [consulté le 3/08/2020];
- <[https://www.google.fr/search?biw=1366&bih=576&ei=Ut5AX9eCL8ebsAfT6rao-A&q=s%C3%A9jour+d%C3%A9gustation+Sicile&oq=s%C3%A9jour+d%C3%A9gustation+Sicile&gs\\_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIFCCEQoAFQxOMGWMtjBmDQ6QZoAHAAeACAAbkBiAG5AZIBAzAuMZgBAKABAqABAAoBB2d3cy13aXrAAQE&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwjX84mDua7rAhXHDewKHVO1DUUQ4dUDCAw&uact=5](https://www.google.fr/search?biw=1366&bih=576&ei=Ut5AX9eCL8ebsAfT6rao-A&q=s%C3%A9jour+d%C3%A9gustation+Sicile&oq=s%C3%A9jour+d%C3%A9gustation+Sicile&gs_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIFCCEQoAFQxOMGWMtjBmDQ6QZoAHAAeACAAbkBiAG5AZIBAzAuMZgBAKABAqABAAoBB2d3cy13aXrAAQE&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwjX84mDua7rAhXHDewKHVO1DUUQ4dUDCAw&uact=5)> [consulté le 3/08/2020];
- <<https://www.google.com/search?q=voyage+gastronomique+sicile&oq=voyage+gastronomique+si&aqs=chrome.1.69i57j0.4951j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>> [consulté le 3/08/2020];
- <<https://www.lonelyplanet.fr/article/sicile-manger-et-boire-comme-un-sicilien>> [consulté le 4/08/2020];
- <<https://www.guide-evasion.fr/nos-destinations/paysregions/10-specialites-gastronomiques-de-sicile/>> [consulté le 4/08/2020].
- <[https://www.routard.com/guide/sicile/1003/cuisine\\_et\\_boissons.htm](https://www.routard.com/guide/sicile/1003/cuisine_et_boissons.htm)> [consulté le 5/08/2020]; <<https://www.geo.fr/destinations/italie/sicile>> [consulté le 5/08/2020];
- <<https://voyages.michelin.fr/europe/italie/sicile>> [consulté le 5/08/2020];
- <<https://www.lonelyplanet.fr/article/sicile-manger-et-boire-comme-un-sicilien>> [consulté le 6/08/2020]; <<https://www.guide-evasion.fr/nos-destinations/paysregions/10-specialites-gastronomiques-de-sicile/>> [consulté le 6/08/2020];
- <<https://www.lasicile.fr/gastronomie-et-cuisine-sicilienne/>> [consulté le 6/08/2020].



STAMPATO IN ITALIA  
nel mese di dicembre 2020  
da Rubbettino print per conto di Rubbettino Editore srl  
88049 Soveria Mannelli (Catanzaro)  
[www.rubbettinoprint.it](http://www.rubbettinoprint.it)



€ 25,00

ISBN 978-88-498-6724-4



9 788849 867244