



Quelle néologie pour l'œnotourisme ? Stratégies françaises et italiennes en confrontation

Type de publication : Article de revue

Revue : [Neologica](#)
2020, n° 14. Perception, réception et jugement des néologismes

Auteurs : Tallarico (Giovanni), Humbley (John)

Résumé : La néologie fait partie intégrante du domaine émergent de l'œnotourisme en France et en Italie. Les termes de l'œnologie et de la viticulture constituent la base traditionnelle de ce vocabulaire, tandis que les mots nouveaux sont plutôt liés aux domaines du tourisme et du marketing. Le modèle économique de la *winery* californienne est à l'origine de nombreux anglicismes, surtout en italien. Nous faisons état des stratégies mises en œuvre dans les deux pays, en soulignant les aspects contrastifs.

Pages : 203 à 223

Revue : [Neologica](#)

Thème CLIL : 3147 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Lettres et Sciences du langage
-- Linguistique, Sciences du langage

EAN : 9782406105718

ISBN : 978-2-406-10571-8

ISSN : 2262-0354

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-10571-8.p.0203

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 08/07/2020

Périodicité : Annuelle

Langue : Français

Mots-clés : Néologie, œnotourisme, marketing, aspects contrastifs, marketing

[Afficher en ligne](#)