

Imprécisions terminologiques et marketing : le cas de la bière *doppio malto*

LORENZO DEVILLA, NICLA MERCURIO

1. Introduction¹

La terminologie, en tant que discipline, traite de la normalisation des langues de spécialité afin d'assurer une communication efficace et sans ambiguïté, facilitant le dialogue entre les expert-es d'un domaine, ainsi que la transmission de connaissances à un public non professionnel (Cabré, 1998 [1993] ; Zanola, 2011, 2018 : 18, 97, 98). Toutefois, cette définition se heurte à la complexité des sociétés actuelles, consuméristes et numérisées, qui se caractérisent entre autres par une démocratisation de l'information – au sens de la facilité d'accès mais aussi de la possibilité de créer des contenus (Beauvisage *et al.*, 2014 : 163, 164) – et par l'horizontalisation participative, à savoir le processus par lequel les médias numériques redistribuent la responsabilité énonciative étant auparavant l'apanage de sources légitimes et institutionnelles, vers un public désormais actif et producteur de contenus (Bertin, Granier, 2015 : 121). S'opposant au précédent modèle de la communication fondée sur une « idéologie “transmissive” et souveraine » (Bertin, Granier, 2015 : 121), les nouveaux canaux de communication permettent à tout le monde d'accéder à certaines terminologies et aux connaissances qu'elles véhiculent, et de contribuer à leur diffusion, même si l'on n'est pas spécialiste d'un domaine donné.

Ainsi, encore plus qu'auparavant, les termes voyagent d'un secteur à l'autre, des professionnel·les aux non professionnel·les, qui se les approprient et les réutilisent. Devenant parfois des mots du lexique courant (déterminologisation ou banalisation, Meyer, Mackintosh, 2000a, 2000b) ou passant dans une autre langue de spécialité (nomadisation), ces termes peuvent acquérir des significations plus larges ou s'éloigner de leur sens originel (Bertaccini *et al.*, 2008 : 51). Dans certains cas, il s'agit de mécanismes typiques des procédés de néologie, mais on court également le risque de tomber dans la polysémie et l'imprécision ou de faire des usages impropres.

Il n'est donc pas étonnant que la déterminologisation et d'autres phénomènes similaires suscitent l'intérêt des chercheurs et chercheuses, qui soulignent, d'un côté, un besoin accru de connaissances spécialisées de la part des « gens ordinaires » (Scarpa, 2002 : 35 ; Bertaccini *et al.*, 2008 : 50) et, de l'autre, la présence de ces phénomènes dans le

¹ Lorenzo Devilla a rédigé les chapitres 1, 4.2 et 5, alors que Nicla Mercurio a rédigé les chapitres 2, 3, 4. et 4.1. 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*.

contexte technologique et numérique (Ungureanu, 2006) ainsi que dans le domaine médiatique et publicitaire (Corbolante, 2010, 2013). En effet, comme exemples de dé-terminologisation en italien, Corbolante cite entre autres *Internet*, *algoritmo*, *hashtag*, *meme* et *drone*.

Le terme italien que nous étudions – [*birra*] *doppio malto*, littéralement « [bière] double malt » –, bien que ne relevant pas du domaine informatique comme ceux que nous venons de mentionner, relève pourtant de ce type de phénomène et peut aussi représenter un cas de « fausse terminologie » (*false terminology*)², à l’instar de ce que l’on observe de plus en plus dans le marketing des aliments et des boissons. En Italie, *birra doppio malto* est une dénomination de vente (loi n° 1354/1962, art. 2) (Normattiva, 2016) qui a une incidence sur les impôts à payer par la brasserie productrice (décr.-L. n° 504/1995, art. 34) (Normattiva, 2023), mais dans le langage courant ce terme tend à désigner un style de bière possédant certaines caractéristiques. Les idées reçues sur l’univers brassicole, les publicités et la présence du terme sur les étiquettes de différentes bières italiennes ou étrangères importées en Italie (PE, 2011 ; Di Siero, 2023 : 3), qu’elles soient industrielles ou artisanales, contribuent à la diffusion de cette acception.

Dans cet article, nous allons examiner un corpus hétérogène composé de sites Internet de grandes surfaces et de sites de vente spécialisés, ainsi que d’étiquettes de bières en langue italienne, afin de comprendre dans quel sens le terme est le plus fréquemment employé et s’il s’accompagne de stratégies promotionnelles. Pour ce faire, en nous appuyant sur l’analyse du discours publicitaire (Adam, Bonhomme, 2012 ; Berthelot-Guiet, 2015) et sur l’onomastique commerciale (Altmanova, 2013 ; Temmerman, 2018), nous mènerons une analyse qualitative selon une perspective terminologique et discursive. Nous essayerons de répondre aux questions suivantes : compte tenu de l’écart existant entre le marché industriel et la production artisanale, quelles sont les brasseries qui utilisent le plus le terme *doppio malto* dans son acception étendue ? Pourquoi ? Nous tenterons également de réfléchir aux conséquences que cela peut avoir ainsi qu’au rôle joué par la terminologie, qui, dans ce contexte, dialogue avec le discours publicitaire (numérique) et les secteurs spécialisés évoqués plus haut, de la filière agroalimentaire à la restauration.

2. Le domaine brassicole

Le domaine brassicole est en plein essor à l’échelle globale (Aquilani *et al.*, 2015 : 214), surtout en ce qui concerne une catégorie spécifique : la bière artisanale, à savoir une bière non filtrée, non pasteurisée et produite en quantité limitée, même s’il faut préciser que les terminologies et les dispositions législatives en la matière varient d’un pays à l’autre (Mercurio, 2023 : 40).

² Alors que le contenu sémantique d’un mot peut être adapté en fonction du contexte, celui d’un terme est lié à un domaine spécialisé spécifique. Par conséquent, les termes qui s’écartent du domaine originel peuvent provoquer des malentendus et diffuser des connaissances erronées, tout en restant des termes à part entière : *ecopelle* (Zanola, 2017) est un exemple célèbre à cet égard.

En effet, ces dernières années, on assiste à un développement significatif de la filière tant au niveau de la consommation que de la production. Cette situation est d'autant plus intéressante qu'elle concerne des territoires plutôt associés à la viticulture dans l'imaginaire collectif, mais qui sont en revanche caractérisés par une croissance considérable du secteur de la bière. En effet, d'après Brewers of Europe, en Italie la production brassicole a augmenté de 22 % dans la période 2015-2023³, alors qu'elle a diminué en Allemagne (-11,2 %) et dans le Royaume-Uni (-17,1 %), qui ont été les plus grands producteurs en 2020 et 2021 (BoE, 2024 : 8, 9 ; BoE, 2022 : 6). D'ailleurs, l'Italie est l'un des pays européens qui compte le plus grand nombre de microbrasseries (1.010), après les géants du secteur (BoE, 2024 : 22). En 2023, elle est classée parmi les principaux pays consommateurs (BoE, 2024 : 10).

Une production scientifique importante témoigne du regain d'attention à l'égard de la bière. Outre les études en sciences économiques (Garavaglia, Swinnen, 2018 ; Miller *et al.*, 2019) et en nutrition (Broz *et al.*, 2022 ; Zugravu *et al.*, 2023), de nombreux travaux en sciences du langage traitent du discours de dégustation de bière, un genre discursif que Konnelly (2020) dénomme *brutoglossia* (*craft beer talk*) sur le modèle de *oinoglossia* (Silverstein, 2003), terme désignant le discours sur le vin. Sans prétendre à l'exhaustivité, nous citons aussi les travaux en terminologie – principalement en langue anglaise (Konnelly, 2020 ; Malin, 2019), mais aussi en langue française (Mercurio, 2023 ; Parizot *et al.*, 2023) –, le marketing, le discours publicitaire (Parizot, 2022 ; Devilla, Mercurio, 2025), l'onomastique commerciale (Temmerman, 2018 ; Mercurio, 2024), l'ethnographie du goût (Fletcher, 2016 ; Hamer, 2017) et la perception des consommateurs et consommatrices (Lelièvre *et al.*, 2008 ; Aquilani *et al.*, 2015).

2.1 La bière artisanale en Italie

Comme nous l'avons souligné lors d'une étude précédente (Mercurio, 2023 : 146), s'il est vrai que la France et l'Italie possèdent toutes deux une tradition viticole très importante et réputée dans le monde entier, la France est davantage orientée vers les grands producteurs de bière comme l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni et l'Irlande. En revanche, en Italie, à cause de préjugés hérités de l'époque romaine (UB, 2020 : 9), on a encore tendance à reléguer la bière au statut de boisson simple, voire grossière, à boire froide avec une pizza, un plat considéré autrefois comme pauvre. De plus, la diffusion du phénomène *crafty*, qui désigne l'imitation des bières artisanales par l'industrie à travers l'emploi d'un certain emballage⁴ ou de mots-clés, critiqué au départ aux États-Unis (BA, 2012 ; Rice, 2016 : 245, 246), a entraîné la nécessité de mettre en place des initiatives visant à protéger le produit et la filière artisanale.

En effet, à la suite de nos recherches et des informations fournies par l'association italienne de catégorie Unionbirrai, nous pouvons affirmer que l'Italie est le seul pays

³ Un scénario similaire peut être constaté en France, où la production a progressé de 8,4 %.

⁴ Altmanova (2013 : 53) souligne l'importance du *packaging* en tant qu'outil participant à la création de l'identité d'une marque.

qui a élaboré dans sa législation une définition de *birra artigianale*. Aux États-Unis, en Australie, au Royaume-Uni ou en Allemagne, des définitions de *birra artigianale* ont été formulées par des associations (Baiano, 2020 : 1830-1831). La dénomination *birra artigianale* figure plus précisément dans l'article 2 comma 4-bis de la *Disciplina igienica della produzione e del commercio della birra*, la loi n°1354 du 16 août 1962, mis à jour en 2016, en tant que produit de petites brasseries indépendantes, dont on donne aussi une définition (Normattiva, 2016) :

Si definisce birra artigianale la birra prodotta da piccoli birrifici indipendenti e non sottoposta, durante la fase di produzione, a processi di pastorizzazione e di microfiltrazione. Ai fini del presente comma si intende per piccolo birrificio indipendente un birrificio che sia legalmente ed economicamente indipendente da qualsiasi altro birrificio, che utilizzi impianti fisicamente distinti da quelli di qualsiasi altro birrificio, che non operi sotto licenza di utilizzo dei diritti di proprietà immateriale altrui e la cui produzione annua non superi 200.000 ettolitri, includendo in questo quantitativo le quantità di birra prodotte per conto di terzi.

En France, en revanche, on se limite à mentionner la dénomination *bière*, qui figure dans le décret n° 92-307 du 31 mars 1992 (Légifrance, 2020), dans la version en vigueur au 2 février 2020. Pour définir avec plus de précision ce que l'on entend par *bière artisanale*, il faut aussi avoir recours à la définition d'*artisanat* donnée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE, 2019).

2.1.1 La birra doppio malto en Italie : une étude de cas

Si l'on prend en considération le terme [*birra*] *doppio malto*, on se rend compte que des idées fausses concernant cette dénomination circulent chez les consommateurs et consommatrices italien-nes. Au-delà du monde du whisky, que cette expression peut facilement évoquer, l'adjectif *double* évoque quant à lui les célèbres bières belges *Dubbel* ou *Double*⁵. Nous avons ainsi constaté que certaines cartes de restaurants proposent des bières belges *doppio malto*, comme s'il s'agissait d'un style brassicole précis⁶. De plus, une marque très connue dont les brasseries sont diffusées partout en Italie s'appelle *Doppio Malto*. Il s'agit d'un nom de marque qui est bien capable de « séduire le consommateur » et de s'inscrire dans l'imaginaire collectif (Altmanova, 2013 : 25, 28). Au contraire, une brasserie italienne précise sur un panneau que la *birra doppio malto* n'existe pas (sous-entendu en tant que style de bière) et que le terme est issu de la sphère juridique (Image 1)⁷.

⁵ Bières caractérisées par une couleur ambrée profonde et cuivrée, un arôme de malt et un corps moyen. La teneur en alcool est comprise entre 6 et 7,6 % (BJCP, 2021 : 53-54).

⁶ Les styles universellement reconnus ont été codifiés par le *Beer Judge Certification Program* (BJCP, 2021), une organisation américaine qui s'occupe de systématiser les compétences en matière de dégustation et d'évaluation de la bière.

⁷ « Miti da sfatare sulla birra : la birra doppio malto non esiste ! È un'invenzione del legislatore italiano ».

Un message semblable s'est également répandu sur la toile à travers des mêmes partages par les passionné-es de bière artisanale.

Image 1 - Panneau affiché dans une brasserie de Naples (Italie) (photo prise par nous, 2019)



Les dictionnaires n'aident pas non plus à éclaircir la question, laissant supposer que la *birra doppio malto* est brassée avec deux types de malts (orge et blé), d'où l'adjectif *doppio*. Dans le dictionnaire en ligne *Treccani*, le terme apparaît sous l'entrée *malto* : « birra doppio m., preparata con un miscuglio di malto d'orzo e di frumento ». Le dictionnaire du *Corriere della sera* donne un exemple similaire : « birra doppio m., ottenuta da malto d'orzo e frumento ». Dans le *Nuovo De Mauro* sur *Internazionale*, figure l'entrée *doppio malto* : « di bevanda alcolica, spec. di birra o whisky, preparata con una mescolanza di malto d'orzo e di frumento ».

En revanche, l'encyclopédie *Treccani* inclut le terme dans le paragraphe *Disposizioni legislative*. De fait, l'article 2 de la loi de la *Disciplina igienica della produzione e del commercio della birra* (Normattiva, 2016) déjà citée mentionne la classification « tutta italiana » (UB, 2020 : 132), qui distingue entre *birra analcolica*, *birra leggera* ou *light*, *birra speciale* et *birra doppio malto* sur la base du degré Plato ou degré saccharimétrique, à savoir l'unité de mesure qui exprime la quantité de sucres présents dans le moût avant la fermentation (Normattiva, 2016). La dénomination *birra doppio malto* est réservée au produit dont le degré Plato est supérieur ou égal à 14,5.

Il s'agit d'une dénomination de vente qui ne révèle aucune caractéristique de la recette ou du style de la bière, mais qui détermine le droit d'accise à payer par la brasserie, selon l'article 34 du décret-loi n° 504/1995 (Normattiva, 2023). Le terme peut suggérer quelque chose à propos de la teneur en alcool, puisqu'une *birra doppio malto* présente un titre alcoométrique volumique supérieur à 3,5 %, à l'instar d'ailleurs des boissons qui peuvent être classées dans les catégories *birra* et *birra speciale* (UB, 2020 : 132). Ce ne sont donc pas nécessairement des bières très fortes en alcool comme on pourrait le penser, ni des bières brassées avec deux types de malts.

3. Collecte et description du corpus

Le corpus d'étude, collecté entre mai et août 2023, est constitué de 6 sites de la toile de grandes surfaces⁸ et 9 sites de vente spécialisés – dont la boutique en ligne d'une entreprise agricole et brassicole –, considérés comme des références par les principaux réseaux du secteur en Italie (Fermento Birra)⁹. Les premiers sont destinés à un public large et varié, alors que les autres s'adressent à une clientèle plus experte ou à des personnes intéressées par des produits brassicoles spécifiques. Le corpus a été sélectionné aussi par une recherche avancée sur Google, en saisissant comme mot-clé *doppio malto*. À partir de ces sites, nous avons récupéré les catégorisations dans les interfaces, les descriptions, les présentations des bières et leurs étiquettes.

Nous avons considéré les bières italiennes et étrangères, commercialisées sur le marché italien. Au total, nous avons retenu 104 bières et 70 marques (nous ne comptabilisons pas les mêmes bières si elles sont présentes dans plus d'un site ou avec des formats différents : bouteilles, canettes, fûts, packs), dont 26 marques italiennes et 44 étrangères. Les autres pays où ces bières sont brassées sont la Belgique, l'Allemagne, le Danemark, la France, l'Irlande, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, l'Écosse, les États-Unis, l'Autriche, la Suisse et l'Espagne. Il y a 20 marques industrielles et 50 marques artisanales, mais il faut préciser que ce comptage ne peut pas être précis car à l'étranger la notion de bière artisanale est moins stricte qu'en Italie.

De plus, même s'ils ne font pas partie de notre corpus, les sites officiels et les pages sur les réseaux sociaux (Facebook et X) de certaines brasseries ont été consultés, y compris en d'autres langues, pour effectuer des comparaisons. D'ailleurs, ces sites sont parfois la source directe des informations que les supermarchés et les distributeurs insèrent dans les fiches des produits.

4. Analyse du corpus

Nous nous concentrerons d'abord sur les différents points dans lesquels le terme [*birra*] *doppio malto* figure. Nous proposerons ensuite des exemples significatifs, des bières industrielles aux bières artisanales, étrangères et italiennes.

Comme nous l'avons anticipé, le terme apparaît d'abord dans la description du produit (71 fois) : par exemple, « una birra doppio malto rossa a bassa fermentazione » ou « è una speciale bionda doppio malto ». Les citations sur les étiquettes sont très nombreuses (41 – dans la moitié des cas, le terme est répété ou accentué par des astuces graphiques) et dans le titre du produit qui accompagne le nom de la bière (18) : « LEFFE BLONDE Birra bionda belga d'abbazia doppio malto », « Tuborg doppio malto Strong », *Menabrea Rossa Doppio Malto*, etc.

⁸ Carrefour, Coop, Emi Supermercati, Lidl, Pam, Sole 365.

⁹ Beer Paradise Shop, Beer Wulf, Bernabei, Biraghi a casa, Birraland, Birre da manicomio, Mastri Birrai Umbri, Rivoldrink, Trova birre. Dans 11 autres sites spécialisés consultés, le terme [*birra*] *doppio malto* ne figure pas.

[Birra] *doppio malto* figure également dans la fiche technique du produit, notamment en tant que *denominazione [legale] di vendita* (13) ou dans les caractéristiques de la bière concernée (2). Moins fréquentes mais assez significatives sont les citations dans certains textes qui introduisent les produits (3), où nous lisons, par exemple, que « la birra *doppio malto* è una delle tipologie più amate dagli appassionati di birra artigianale », et qui associent des « birre importanti » à des « *doppio malto* ». En tant que style ou catégorie, le terme figure aussi dans des listes déroulantes permettant de rechercher le produit (2).

4.1 *Doppio malto* entre industrie et artisanat

Certaines bières étrangères, distribuées et promues par leur division italienne, ont des étiquettes traduites où le terme [birra] *doppio malto* est en évidence, sur la contre-étiquette de la canette ou de la bouteille. Comme il s'agit d'un concept éminemment italien, cette expression ne figure pas sur le même produit en vente à l'étranger (comme dans le cas de la bière *Tennent's*) et il n'y a pas non plus d'équivalents dans les autres langues proposées. Nous constatons une différence similaire, voire davantage marquée, pour la plupart des bières industrielles étrangères du corpus : [birra] *doppio malto* apparaît sur l'étiquette italienne de la bière *Du Demon*, mais pas dans la fiche technique du site officiel en français.

La situation change lorsque le site en ligne d'une brasserie est disponible en italien : par exemple, [birra] *doppio malto* figure sur la contre-étiquette de la bière hollandaise 8.6, dans la fiche technique en italien et sur le profil X. À l'inverse, le terme est absent dans les versions anglaise et française.

Sur la bouteille de la *Ceres*, le terme est renforcé par un jeu de mots – « ci vedi doppio (malto) » – suggérant le fort degré d'alcool qui devrait relever d'une (prétendue) double quantité de malt. En revanche, *doppio malto* figure de manière plus discrète sur les étiquettes qui ne sont pas entièrement traduites, comme celle des bières *Leffe* et *La Trappe*, où il représente une simple indication de la dénomination de vente.

Quant aux bières industrielles italiennes, nous constatons que la promotion repose beaucoup sur le recours au terme *doppio malto*, bien présent sur les étiquettes et parfois répété : dans le cas de *Peroni*, il est surligné en caractères dorés et l'information est encore plus visible que l'indication du style.

Un autre exemple significatif est donné par la bière *Perlenbacher*, brassée en Italie pour certains supermarchés et vendue dans des pays différents. Sur le site italien, nous avons le produit « Birra Strong *doppio malto* », alors que, dans la version en langue italienne du site suisse, cette même bière est tout simplement indiquée comme « Strong 7,9 % Vol. ».

Dans le cas de nombreuses bières artisanales étrangères, on constate que le terme [birra] *doppio malto*, proposé comme catégorisation sur les sites de vente et dans les descriptions, n'apparaît pas sur les étiquettes ni sur les sites officiels, les brasseries *Riegele* et *Side Effect* étant de bons exemples à cet égard.

En ce qui concerne les bières artisanales italiennes, le cadre est plus varié. Certaines sont indiquées comme des *doppio malto* sur le site de vente ainsi que sur le site officiel

et sur l'étiquette (par exemple, *Farchioni, Gilac*), alors que d'autres sont décrites comme des *doppio malto* par le vendeur (*birra bionda doppio malto, Doge*), mais pas par le producteur sur le site officiel (« Strong lager », *Doge*). Certaines microbrasseries, telles que *Mastio* et *Tre Fontane* l'indiquent de manière très simple sur l'étiquette.

4.2 *Doppio malto* en discours

Lorsque le terme n'est pas seulement employé en tant que dénomination de vente, il peut constituer une véritable stratégie publicitaire visant à convaincre les acheteurs et acheteuses potentiel·les et à alimenter un certain imaginaire associé aux bières *doppio malto*.

En effet, on a remarqué que dans les descriptions des produits, élaborées par les vendeurs ou par les producteurs, le terme est souvent accompagné d'autres mots-clés renvoyant à des caractéristiques spécifiques, tels que *corposo-a, intenso-a* (intensité de goût, d'arôme, de teneur en alcool ou de couleur), *ricchezza, ricco-a di...* (richesse de goût, d'arôme ou de corps), *pieno-a*, (s'inscrivant dans les catégories déjà mentionnées), *forte, alto-a, elevato-a* faisant référence au degré d'alcool, bien que, comme nous l'avons dit au chapitre 2.1.1., ce ne soit pas toujours le cas pour une bière *doppio malto*.

Parfois *doppio malto* est précédé d'un article défini ou indéfini et suivi d'une désignation territoriale : *la/una doppio malto + danese, italiana, belga, tedesca*. Ou encore, dans le sillage du marché *crafty*, certaines brasseries industrielles exploitent la terminologie associée aux caractéristiques des bières artisanales, qui ne subissent pas de filtration lors de la postproduction et, surtout, ne sont pas pasteurisées. Nous observons ainsi une récurrence de termes comme *non filtrata, non pastorizzata* et *cruda*.

Qu'il s'agisse de produits artisanaux ou industriels, on remarque la tentative de mettre en avant la qualité de la bière également à travers la référence à la tradition, à l'utilisation d'ingrédients locaux et au lien avec le territoire : *migliori malti selezionati, di puro malto, malto da orzo 100 % italiano, fascino tutto italiano, malto d'orzo selezionato, ingredienti naturali, metodo tradizionale [belga]¹⁰, in Italia con il metodo artigianale, in perfetta tradizione tedesca, fedele alla tradizione e al territorio*.

Dans certains cas, le terme *malto* vise à indiquer l'emploi d'une quantité supérieure de cet ingrédient : *ben due diverse tipologie di malti, 6 varietà di malti, prodotta con doppio malto d'orzo/di frumento¹¹*.

Nous avons aussi repéré des définitions qui, contrairement aux autres exemples cités, sont totalement imprécises. *Doppio malto* y figure comme synonyme de plusieurs styles brassicoles :

- *doppio malto, cioè che sviluppa una gradazione importante* ;
- *Birra speciale Belga, in stile Strong Ale, o comunemente denominata come birra bionda doppio malto* (*birra speciale* et *birra doppio malto* sont deux dénominations de vente différentes mentionnées dans la loi) ;
- *doppio malto, denominata anche Doppelbock* ;

¹⁰ On observe le terme *metodo* qui revoie à l'univers du champagne.

¹¹ D'ailleurs, dans la fiche originale d'une bière industrielle espagnole, on lit que le produit se caractérise par « el doble de malta [...] la doble cantidad de malta en la receta ».

- *è una Strong Dark Ale, cioè una birra scura doppio malto* ;
- *Bock italiana, ovvero una “Doppio Malto”*.

Il ne faut donc pas s'étonner de lire des commentaires insistant sur l'idée que le terme *doppio malto* désigne un style spécifique ou une bière forte en alcool :

È una vita che il sabato sera mi divido equamente tra le bionde e le rosse, non faccio distinzioni, l'unica prerogativa è che devono essere doppio malto. #Birra #DoppioMalto (X)

5. Remarques conclusives

Cet article visait à mettre en évidence l'influence que la publicité, notamment à l'ère du numérique, peut avoir sur les terminologies et leur précision. L'analyse d'un corpus hétérogène a montré que le terme italien examiné, [*birra*] *doppio malto*, une dénomination de vente mentionnée dans la loi italienne, est assez ambigu, l'adjectif *doppio* suggérant en effet qu'il y aurait quelque chose de plus (plus de malt, plus d'alcool, etc.) et évoquant aussi les bières belges *Dubbel*. Comme nous avons essayé de le mettre en évidence, l'imaginaire collectif associé à la bière et le marketing, qui mise largement sur la mention du terme sur l'étiquette, alimentent cette fausse terminologie.

Comme il ressort de notre analyse, [*birra*] *doppio malto* est utilisé dans plusieurs sections du corpus et sous différentes formes, du titre du produit à la description, de la fiche technique à l'étiquette. Dans la plupart des cas, il est utilisé de manière correcte, même si on précise rarement qu'il s'agit d'une dénomination de vente. Au sens que lui attribue la loi italienne se superposent des sens étendus, diffusés par la publicité, les « expert-es » du secteur et la toile. Les explications ou précisions accompagnant ce terme sont le plus souvent imprécises ou fausses.

Dans son acception étendue, *doppio malto* est utilisé la plupart du temps dans un contexte discursif plus large et accompagné d'astuces graphiques ou de mots-clés renvoyant à un ensemble de valeurs partagées associées à la bière. Même si on ne peut pas déterminer une constante, on observe néanmoins que ce sont surtout les brasseries industrielles (italiennes) et les grandes surfaces qui mobilisent cette expression. Toutefois, certaines grandes brasseries artisanales ne sont pas en reste, ainsi que quelques sites spécialisés, qui diffusent eux aussi des informations imprécises.

Compte tenu de ces résultats, nous estimons qu'une interaction entre les professionnels des secteurs et des disciplines concernés, y compris les terminologues, serait souhaitable afin non seulement de véhiculer des connaissances et des terminologies précises, mais aussi d'assurer la transparence pour les consommateurs et consommatrices, connaisseur-euse-s ou non. Dans tous les cas, à consommer avec modération !

Références bibliographiques

Adam J.-M., Bonhomme M., *L'argumentation publicitaire*, Paris, Armand Colin, 2012.

- Altmanova J., *Du nom déposé au nom commun. Néologie et lexicologie en discours*, Milano, EDU-Catt, 2013.
- Aquilani B., Laureti T., Poponi S., Secondi L., *Beer choice and consumption determinants when craft beers are tasted: An exploratory study of consumer preferences*, in « Food Quality and Preference », 41, 2015, pp. 214-224.
- Baiano A., *Craft Beer: An Overview*, in « Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety », 20, 2021, pp. 1829-1856.
- Beauvisage T., Beuscart J., Mellet K., Trespeuch M., *Une démocratisation du marché : notes et avis de consommateurs sur le Web dans le secteur de la restauration*, in « Réseaux », 183(1), 2014, pp. 163-204.
- Beer Judge Certification Program (BJCP), *2021 Beer Style Guidelines*, 2021. URL : <https://www.bjcp.org/download/2021_Guidelines_Beer.pdf>, consulté le 12-11-2025.
- Bertaccini F., Lecci C., Bono V., *Processi di terminologizzazione e determinologizzazione nel dominio della diffusione e distribuzione del libro*, in « AIDAinformazioni », 1-2, 2008, pp. 47-61.
- Berthelot-Guiet K., *Analysier les discours publicitaires*, Paris, Armand Colin, 2015.
- Bertin E., Granier J.-M., *La société de l'évaluation : nouveaux enjeux de l'âge numérique*, in « Communication & langages », 184(2), 2015, pp. 121-146.
- Brewers Association (BA), *Craft vs. Crafty: A Statement from the Brewers Association*, 2012. URL : <<https://www.brewersassociation.org/press-releases/craft-vs-crafty-a-statement-from-the-brewers-association/>>, consulté le 12-11-2025.
- Brewers of Europe (BoE), *European Beer Trends. Statistics Report – 2022 Edition*, 2022. URL : <<https://brewersofeurope.eu/uploads/mycms-files/documents/publications/2022/european-beer-trends-2022.pdf>>, consulté le 12-11-2025.
- Brewers of Europe (BoE), *European Beer Trends. Statistics Report – 2024 Edition*, 2024. URL : <<https://brewersofeurope.eu/wp-content/uploads/2024/12/eu-beer-trends-2024-web.pdf>>, consulté le 12-11-2025.
- Broz P., Rajdl D., Racek J., Trefil L., Stehlík P., *Effect of Beer Consumption on Methylation and Redox Metabolism*, in « Physiol Res », 271(4), 2022, pp. 573-582.
- Cabré M.T., *Terminologie : théorie, méthode et applications*, Paris/Ottawa, Armand Colin/Presses de l'Université d'Ottawa, 1998 [1993].
- Corbolante L., *Internet e determinologizzazione*, in « Terminologia etc. », 2010. URL : <<https://www.terminologiaetc.it/2010/05/14/internet-e-determinologizzazione/>>, consulté le 12-11-2025.
- Corbolante L., *Risemantizzazione*, in « Terminologia etc. », 2013. URL : <<https://www.terminologiaetc.it/2013/09/03/meccanismi-formazione-neologismi-semantic/>>, consulté le 12-11-2025.
- Corriere della sera, *Malto*. URL : <https://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/M/malto.shtm>, consulté le 12-11-2025.
- Devilla L., Mercurio N., *Valoriser le territoire à travers la bière artisanale : une analyse exploratoire de brasseries italiennes (Campanie, Sardaigne), françaises (Corse) et suisses (Jura)*, in « Repères-DoRiF », 31, 2025. URL : <<https://www.dorif.it/reperes/lorenzo-devilla-nicla-mercurio-valoriser-le-territoire-a-travers-la-biere-artisanale-une-analyse-discursive-exploratoire-des-sites-web-de-brasseries-italiennes-campanie-sardaigne-francaises-co/>>, consulté le 12-11-2025.
- Di Siero V., *Le informazioni in etichetta. Lo stato dell'arte con uno sguardo al futuro*, in « UB news », 2, 2023, pp. 4-5. URL : <https://www.unionbirrai.it/admin/public/area_download/7d912be2ba077248f3b91f9f1bf05112/UB_NEWS_GIUGNO_2023.pdf>, consulté le 12-11-2025.

- Fermento Birra, *Comprare birra artigianale online: i migliori beer-shop italiani e stranieri*. URL : <<https://www.fermentobirra.com/birra-sconti-e-offerte/>>, consulté le 12-11-2025.
- Fletchall A.M., *Place-making through Beer-Drinking: A Case Studies of Montana's Craft Breweries*, in « *Geographical Review* », 4(106), 2016, pp. 539-566.
- Garavaglia C., Swinnen J. (eds.), *Economic Perspectives on Craft Beer. A Revolution in the Global Beer Industry*, Cham, Palgrave Macmillan, 2018.
- Hamer A., *Speaking of Qualia: Examining a Craft Beer Microcommunity's Membership Identity through Speech*, MA Thesis, University of South Carolina, 2017.
- Il Nuovo De Mauro, *Doppio malto*. URL : <<https://dizionario.internazionale.it/parola/doppio-malto>>, consulté le 12-11-2025.
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), *Artisanat*, 2019. URL : <<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1137>>, consulté le 12-11-2025.
- Konnolly L., *Brutoglossia: Democracy, Authenticity, and the Enregisterment of Connoisseurship in « Craft Beer Talk »*, in « *Language & Communication* », 75, 2020, pp. 69-82.
- Légifrance, *Décret n° 92-307 du 31 mars 1992 portant application de l'article L. 412-1 du code de la consommation en ce qui concerne les bières*, 2020. URL : <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000033406888/2020-02-02>>, consulté le 12-11-2025.
- Lelièvre M., Choller S., Abdi H., Valentin D., *What is the Validity of the Sorting Task for Describing Beers? A Study Using Trained and Untrained Assessors*, in « *Food Quality and Preference* », 19, 2008, pp. 697-703.
- Malin N., *Terminology of Beer Reviews*, BA Thesis, University of Gävle, 2019.
- Mercurio N., *Terminologie(s) et territorialité : la description des bières artisanales en français et en italien*, in Ch. Roche (éd.), *TOTh 2022. Terminologie & Ontologie : Théories et Applications*, Chambéry, Presses universitaires Savoie Mont Blanc, 2023, pp. 139-159.
- Mercurio N., *Promouvoir le territoire à travers les appellations commerciales : une analyse comparative des microbrasseries de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de Campanie*, in D. Fadda, C. Saggiomo (éds.), *Un coup de dés 12*, Paris, La Renaissance française, 2024, pp. 133-146.
- Meyer I., Mackintosh K., « *L'étiement* » du sens terminologique : aperçu du phénomène de la détermination, in H. Béjoint, P. Thoiron (éds.), *Le sens en terminologie*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 2000a, pp. 198-217.
- Meyer I., Mackintosh K., *When Terms Move into Our Everyday Lives: An Overview of De-terminologization*, in « *Terminology* », 6(1), 2000b, pp. 111-138.
- Miller S.R., Sirrine J.R., McFarland A., Howard P.H., Malone T., *Craft Beer as a Means of Economic Development: An Economic Impact Analysis of the Michigan Value Chain*, in « *Beverages* », 5(2), 35, 2019. URL : <<https://www.mdpi.com/2306-5710/5/2/35>>, consulté le 12-11-2025.
- Normattiva, *Legge 16 agosto 1962, n° 1354. Disciplina igienica della produzione e del commercio della birra*, 2016. URL : <<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1962-08-16;1354-art2>>, consulté le 12-11-2025.
- Normattiva, *Decreto legislativo 26 ottobre 1995, n° 504. Testo unico delle disposizioni legislative concernenti le imposte sulla produzione e sui consumi e relative sanzioni penali e amministrative*, 2023. URL : <<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:1995-10-26;504!vig>>, consulté le 12-11-2025.
- Parizot A., *Stratégies communicationnelles et marketing. Mise en scène discursive et storytelling des produits monastiques. Étude de cas*, in « *Revue de communication sociale et publique* », 34, 2022, pp. 53-69.

- Parizot A., Verdier B., Leroyer P., *À travers le(s) verre(s) à bière : Ceci n'est pas (qu')un verre !*, in A. Moutat, C. Duteil (éds.), *Les terminologies professionnelles de la gastronomie et de l'œnologie : arts de la table, dimensions créatives et culturelles*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2023, pp. 73-83.
- Parlamento europeo (PE), *Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori*, 2011. URL : <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:it:PDF>>, consulté le 12-11-2025.
- Rice J., *Professional Purity: Revolutionary Writing in the Craft Beer Industry*, in « Journal of Business and Technical Communication », 30(2), 2016, pp. 236-261.
- Scarpa F., *Terminologie e lingue speciali*, in M. Magris et al. (a cura di), *Manuale di terminologia. Aspetti teorici, metodologici e applicativi*, Milano, Hoepli, 2022, pp. 27-47.
- Silverstein M., *Indexical Order and the Dialectics of Sociolinguistic Life*, in « Language & Communication », 23(3-4), 2003, pp. 193-229.
- Temmerman R., *Co-création et web 2.0. Noms de marques pour de nouvelles bières artisanales dans la ville multilingue de Bruxelles*, in « Éla. Études de linguistique appliquée », 57(192), 2018, pp. 417-434.
- Treccani. Dizionario online, *Malto*. URL : <<https://www.treccani.it/vocabolario/malto1/>>, consulté le 12-11-2025.
- Treccani. Enciclopedia online, *Birra*. URL : <<https://www.treccani.it/enciclopedia/birra>>, consulté le 12-11-2025.
- Ungureanu L., *L'interpénétration langue générale-langue spécialisée dans le discours d'Internet*, Paris, Connaissances et Savoirs, 2006.
- Unionbirrai (UB), *Corso di degustazione birra – Primo livello. Conoscere e degustare le birre*, Milano, Associazione Unionbirrai, 2020.
- Zanola M.T., *La terminologia, un ponte fra i saperi*, in *Treccani*, 2011. URL : <https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/termini/Zanola.html>, consulté le 12-11-2025.
- Zanola M.T., *Terminologia, traduzione e comunicazione specialistica, diffusione delle conoscenze: le attività dell'Associazione Italiana per la Terminologia*, in « Publif@rum », 27, 2017, URL : <<https://riviste.unige.it/index.php/publiforum/article/view/1728/2058>>, consulté le 12-11-2025.
- Zanola M.T., *Che cos'è la terminologia*, Roma, Carocci, 2018.
- Zugravu C.A., Medar C., Manolescu L.S.C., Constantin C., *Beer and Microbiota: Pathways for a Positive and Healthy Interaction Nutrients*, in « Nutrients », 15(4), 844, 2023, doi : 10.3390/nu15040844.