



UNIVERSITÀ DI NAPOLI
L'ORIENTALE



DLIC

DEPARTAMENTO DI
STUDI LETTERARI,
LINGUISTICI E COMPARATI



DSUS

DEPARTAMENTO DI
SCIENZE UMANE E SOCIALI

Do.Ri.F.
Università

INSTITUT
FRANÇAIS
NAPOLI



Journées d'étude

**Les 4 et 5
décembre 2025**

Palazzo Corigliano
Sala Conferenze
Il piano

DANS LE CADRE DU COLLOQUE ITINÉRANT
GASTRONOMIE DURABLE ET TERROIRS AU PRISME DES LANGUES-CULTURES

GASTRONOMIE LANGAGE ET MARKETING

discours de marque
et communication
sociale dans
l'agroalimentaire

Great food is the
universal language of marketing



MARKETING

Jeudi 4 décembre 2025

Palazzo Corigliano, Sala Conferenze - II piano
Piazza San Domenico Maggiore, 12

09h15 | Allocutions de bienvenue

Augusto Guarino

(Vice-président, délégué à l'internationalisation)

Lise Moutoumalaya

(Consule générale, directrice de l'Institut français Napoli)

Micaela Rossi

(Présidente du DO.Ri.F.)

Jana Altmanova et Sergio Piscopo

Introduction aux Journées d'étude

09h30-10h | Séance plénière

*Modératrice: **Jana Altmanova***

(Università di Napoli L'Orientale)

Karine Berthelot-Guiet

(CELSA Sorbonne Université)

*De xocoatl à Dubaï : le chocolat
objet gastro-économique global*

Discussion

10h10-11h10 | Séance 1

*Modérateur: **Vincent Renner***

(Université Lumière Lyon 2)

Micaela Rossi

(Università degli Studi di Genova)

*Métaphores visuelles et marketing alimentaire :
entre créativité et convention*

Emma Orsolini

(GRESEC – Université Grenoble Alpes)

*Des journalistes spécialisés aux algorithmes :
les moteurs de recherche génératifs comme
nouveaux vecteurs de diffusion des savoirs
œnologiques*

Marie-Pierre Escoubas Benveniste (Università degli Studi di Roma La Sapienza), **Sonia Di Vito**

(Università degli Studi della Tuscia)

Le « Label Rouge » fête ses soixante-cinq ans. Aspects sémiotiques, rhétoriques et symboliques d'un signe fonctionnant comme « marqueur de qualité gastronomique »

Discussion

Pause-café

11h40–13h | Séance 2

Modératrice: **Micaela Rossi**

(Università degli Studi di Genova)

Alessandra De Chiara

(Università di Napoli L'Orientale)

Il valore intrinseco della marca. Quando intercetta un approccio alla sostenibilità credibile?

Anna D'Auria

(Università di Napoli L'Orientale)

Il discorso gastronomico come veicolo di identità territoriale

Lucia Di Pace, Valeria Caruso

(Università di Napoli L'Orientale)

Dalla “carne Frankenstein” alla “fake meat”: denominazioni e designazioni tra ibridi e “novel food”

Stefana Squatrito

(Università degli Studi di Messina)

Le discours publicitaire des pâtes alimentaires de production suisse romande entre héritage italien et effet d'italianité. Un voyage à travers les noms de marques, les slogans et le storytelling

Discussion

Pause déjeuner



14h00-14h30 | Séance plénière

Modératrice: Maria Centrella

(Università di Napoli L'Orientale)

Artur Galkowski

(Uniwersytet Łódzki)

I marcatori d'italianità nella formazione lessicale e onimica della terminologia gastronomica polacca

Discussion

14h40-15h40 | Séance 3

Modératrice: Loredana Trovato

(Università degli Studi di Messina)

Aabir Essabiri

(Université Hassan II de Casablanca)

Influencer par le « beldi » : communication digitale et langage de l'authenticité chez les influenceurs culinaires marocains

Oulïaoui Francine Christelle Sanne Tia

(Université Félix Houphouët-Boigny)

Storytelling publicitaire dans les espaces numériques et valorisation des plats ivoiriens : le cas du garba, de l'attiéké et du foutou

Habiba Fontaine Matnoussi

(Rectorat du Rhône, Lyon)

Du « Tangia des hommes » à la « Rfissa des femmes » : le langage culinaire marocain comme espace de différenciation et de médiation identitaire

Discussion



Storytelling publicitaire

16h10–17h10 | Séance 4

Modératrice: Enrica Galazzi

(Università Cattolica del Sacro Cuore Milano)

Carmen Saggiomo

(Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”)

Quand le droit raconte le durable : une lecture comparée des lois sur le gaspillage alimentaire en France et en Italie

Claudio Grimaldi

(Università degli Studi di Napoli “Parthenope”)

La communication anti-gaspi en France : enjeux éthiques, environnementaux et économiques en action

Paola Labadessa, Simone Gabriele Paratore

(Università degli Studi di Messina)

Glottodynamique du discours culinaire : instances énonciatives, transposition axiologique et nouveaux systèmes de communication entre France et Italie (XIX^e–XXI^e siècles)

Discussion

Label Rouge M
Informations O
Arts d'Asie des
communiqués
enjeux éthiques
traditions gas
marques vege
Storytelling pu
marcatori d'ita
Gastronomia

Médiations
 Communication

Image

hommes
 en anti-gaspi
 es Hector Malot
 tronomiques

tales
 publicitaire
 nianita

manie



Vendredi 5 décembre 2025

Palazzo Corigliano, **Sala Conferenze - II piano**
Piazza San Domenico Maggiore, 12

9h15 | Accueil

9h30-10h | Séance plénière

Modérateur: Sergio Piscopo

(Università di Napoli L'Orientale)

Laurent Gautier

(Université Bourgogne Europe)

*Entre terroir et circonstances de consommation :
les scénarios marketing des vins rosés français au
prisme de l'onomastique commerciale*

Discussion

10h10-11h10 | Séance 5

Modérateur: Lorenzo Devilla

(Università degli Studi di Sassari)

Carolina Iazzetta

(Universitas Mercatorum)

*La Vie™ : discours publicitaires et stratégies
marketing d'un nouveau paradigme de
communication des produits végétaux
en France*

Veronica Benzo

(Università di Catania)

*Valorisation du produit alimentaire,
développement territorial et durabilité sociale :
communiquer l'authenticité de la restauration à
la grande distribution*

Gloria Zanella

(Università di Modena e Reggio Emilia)

*Les traditions gastronomiques
de l'Émilie-Romagne promues
par les blogs français*

Discussion



Pause-café

11h40-12h40 | Séance 6

Modératrice: **Sarah Nora Pinto**

(Università di Napoli L'Orientale)

Massimiliano Marino

(Università degli Studi di Napoli "Parthenope")

Cartografare il gusto: itinerari enogastronomici e identità territoriale nel lessico dei romanzi di Hector Malot

Deva Koumarane Villeroy

(Écrivain)

La cuisine d'origine tamoule en France, à la Réunion et dans les Antilles Françaises

Raphaël Mercier

(Institut français Napoli)

Trois années de projets gastronomiques en français à l'Institut français Italia : Gustophonie, Gustofolies et GustOdysée

Séance écoles

*Présentation de travaux
multimédia sur la gastronomie*

Discussion

Pause déjeuner

14h00-15h20 | Séance 7

Modérateur: **Claudio Grimaldi**

(Università degli Studi di Napoli "Parthenope")

Anna De Meo

(Università di Napoli L'Orientale)

*Il cibo come discorso di cura.
Prevenzione oncologica e nutrizione
nei siti di fondazioni, ospedali
e associazioni italiane*

Lorenzo Devilla, Nicla Mercurio

(Università degli Studi di Sassari)

*Terroir et durabilité dans le discours publicitaire
des bières artisanales et industrielles en France et*

gastronomie, langage et marketing

en Italie

Ancuta Budeanu (Università degli Studi di Perugia)

Marta Maffia (Università di Napoli L'Orientale)

*Migrazione, acculturazione e alimentazione:
il pane tra i romeni e gli srilankesi in Campania*

Thomas Jaffreux

(Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur
les médias - CARISM), **Lucile Berthomé** (laboratoire
Médiations, Informations, Communication, Arts - MICA)
*Nommer pour normer : appropriations lexicales
et reconfiguration des imaginaires alimentaires
par les marques végétales*

Discussion

15h30-16h00

Table ronde modérée par **Enrica Galazzi**
*Cycle itinérant : considérations finales et
nouvelles perspectives*

Micaela Rossi, **Loredana Trovato**, **Lorenzo
Devilla**, **Jana Altmanova**, **Sergio Piscopo**

Clôture des Journées

Label Rouge
Médiations
Informations
Communication
Arts





Comité scientifique

Jana Altmanova

(Università di Napoli L'Orientale)

Alessandra De Chiara

(Università di Napoli L'Orientale)

Lorenzo Devilla

(Università degli Studi di Sassari)

Enrica Galazzi

(Università Cattolica del Sacro Cuore Milano)

Sergio Piscopo

(Università di Napoli L'Orientale)

Micaela Rossi

(Università degli Studi di Genova)

Loredana Trovato

(Università degli Studi di Messina)

Comité d'organisation

Camilla Nappi

Annette Terracciano

Eros Traficante

Maria Grazia Massimo

Il ruolo
delle
influencer
nel
marketing
digitale

Les journées d'études

Les journées d'étude visent à explorer les interactions entre la linguistique, le marketing et la communication sociale pour analyser comment le discours gastronomique façonne les identités, influence les comportements des consommateurs et se laisse façonner par ces derniers. Le colloque part du principe que les pratiques culinaires sont devenues, aujourd'hui plus que jamais, une forme de communication complexe, porteuse de significations culturelles, économiques et identitaires. L'événement s'intéresse à plusieurs phénomènes actuels dont le rôle des médias numériques et des influenceurs (TikTok, Instagram) dans la création de récits transmédiatiques ; les stratégies de storytelling axées sur la durabilité et les valeurs éthiques et écologiques ; les hybridations linguistique et culinaire issues des échanges interculturels ; le marketing sensoriel, etc.

Pour plus de renseignements et pour suivre les journées à distance, contactez spiscop@unior et jaltmanova@unior.it.

