

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

De la terminologie spontanée à une terminologie aménagée et vice-versa : parler des vins *espumantes* au Brésil

Mariele Mancebo-Humbert, Laurent Gautier, Ieda Maria Alves

Résumé

Le marché des vins effervescents au Brésil est en plein essor, entraînant un besoin accru de valorisation, y compris en termes communicationnels et terminologiques autour des *espumantes*. Cette étude part du discours de la filière et des consommateurs afin de repérer et d'analyser les doubles allers-retours entre, d'une part, emprunts et néologismes et, d'autre part, terminologie spontanée construite sur la base de l'expérience (mémorielle) de dégustation et terminologie aménagée par les filières professionnelles concernées.

Mots-clefs

terminologie ; vins effervescents ; portugais brésilien ; sémantique ; corpus.

1. Éléments de contexte

Dans le contexte de l'histoire de la vitiviniculture au Brésil, la présente contribution se concentre spécifiquement sur le vin de type effervescent, dont la production au Brésil débute officiellement en 1913 avec la famille Peterlongo (Campos et Telles, 2017)¹. Le vin *espumante* est ainsi le vin « [...] resultante da fermentação da uva sã, fresca e madura, no qual se encontra presente o anidrido carbônico – as borbulhas naturais - proveniente da sua fermentação » (Bruch, 2012 : 1). Il existe, au Brésil, deux types de vins *espumantes* qui se différencient notamment par les méthodes de production et les cépages utilisés pour leur élaboration. Le premier est dénommé « espumante » et est un vin effervescent produit soit à partir de la méthode traditionnelle, soit à partir de la méthode Charmat, différents cépages étant autorisés. Le second est dénommé « moscatel espumante » et ne peut être élaboré qu'à partir de la méthode Asti et à partir des cépages muscats (Bruch, 2012).

Dans ce pays, la viticulture occupe, actuellement, environ 78 mille hectares², dont environ 60 % se concentre dans l'État de Rio Grande do Sul, principal producteur de raisin du pays³, qui a pratiquement doublé cette production ces 20 dernières années :

¹ Cf. Prefeitura de Garibaldi [en ligne].

² Chiffre de 2017.

³ Cf. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa – A viticultura no Brasil [en ligne].

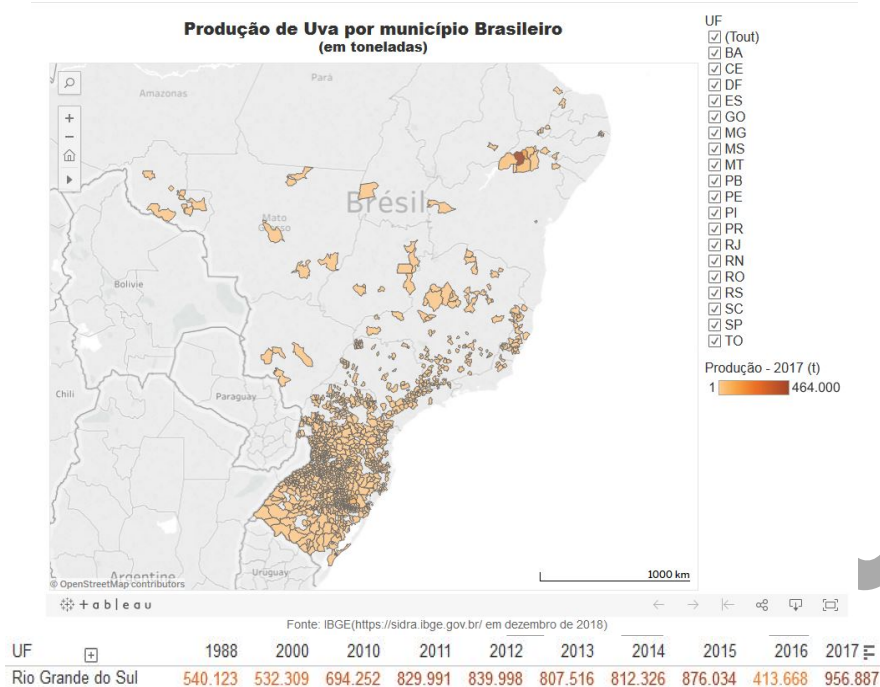


Figure n° 1 – Distribution de la production de raisin au Brésil⁴

Dans ce cadre, le marché des vins effervescents a également enregistré une forte augmentation, affichant une hausse de 248 % de la production d'*espumantes* en 2013, selon l'Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV)⁵. Selon l'Instituto Brasileiro do Vinho – Ibravin, cette catégorie de produits représente environ 80 % du marché vitivinicole intérieur en 2015⁶. En matière d'export, il y eu une hausse de 3 % en 2017, comptant pour 15 % des volumes exportés par la filière des *espumantes*. En 2017, cela représentait en nombre de litres : 11,9 millions de litres pour le marché interne⁷ et 17,4 millions de litres pour l'export⁸.

Cette augmentation globale de la production, de la commercialisation et de la consommation d'effervescents entraîne, tout naturellement, un besoin accru de valorisation, y compris en termes communicationnels autour de ces produits, mobilisant, entre autres, des descripteurs de nature terminologique qui sont au cœur de ce chapitre. Différentes stratégies sont mises en place pour cette valorisation, comme :

- le recours à des recherches scientifiques pour la valorisation des terroirs, comme les recherches de l'Embrapa cherchant à confirmer l'effet du terroir en 1980⁹ ;
- le recours à la réglementation de la production et de la commercialisation de ces vins pour assurer une meilleure qualité des produits, comme le texte de Loi n° 7678/1988¹⁰ ;
- le recours aux signes distinctifs de qualité, afin de rassurer et d'orienter le consommateur, comme les *Indicação Geográfica (IG)* et *Denominação de Origem (DO)*, équivalents des IGP et AOC françaises, la première IG datant de 2002 (*IG Vale dos Vinhedos*) et la première DO de 2012 (*DO Vale dos Vinhedos*).

⁴ Cf. Cadastro Vitícola da Embrapa Uva e Vinho [en ligne].

⁵ Cf. OIV [en ligne].

⁶ Cf. Ibravin [en ligne].

⁷ Cf. Ibravin [en ligne].

⁸ Cf. Vitisphere [en ligne].

⁹ Cf. Embrapa [en ligne].

¹⁰ Cf. Câmara Legislativa [en ligne].

Ces avancées scientifiques et administratives accompagnent une envie de « renouveau » des *espumantes*, dans une démarche de valorisation des terroirs brésiliens et, surtout, la création d'une identité propre pour ces produits. Comme l'affirme le responsable de promotion de l'Ibravin, Diego Bertolino, le Brésil possède « l'un des meilleurs vignobles pétillants de l'hémisphère sud », avec « des terroirs tempérés à faire valoir¹¹ ».

L'objectif sous-jacent à cette valorisation est d'atteindre un positionnement sur le marché permettant à ces produits de se distinguer d'autres effervescents, comme le champagne, le cava, mais aussi des effervescents chiliens et argentins, plus proches géographiquement et disponibles à des prix plus attractifs compte tenu des accords comme le Mercosul ou l'*Acordo de Complementação Econômica* (ACE) : « la filière brésilienne dévoile sa nouvelle stratégie, focalisée sur les vins effervescents [...] ayant pour but d'en finir avec les stéréotypes et de se positionner en haut lieu des bulles du nouveau monde¹² ».

Cette quête de valorisation est donc très récente, et ce domaine spécialisé en plein essor connaît actuellement, au niveau communicatif, une tension entre emprunts à la terminologie française correspondante et aménagement d'une terminologie dédiée en portugais du Brésil pour communiquer sur les productions locales. Le besoin de communication, et en particulier d'une terminologie claire correspondant aux objectifs du marketing, à l'interface entre la terminologie expert et la terminologie consommateur, inscrit cette communication à l'intersection entre plusieurs problématiques de ce volume comme la traduction des termes en recourant à la terminologie spontanée, la néologie en terminologie ou encore la diffusion et implantation de la terminologie.

2. Problématique

Dans ce contexte global, la problématique retenue ici se focalise sur la question de savoir comment, en portugais du Brésil, la terminologie se positionne en tenant compte de cette nouvelle stratégie de renouveau et de positionnement du produit ? Nous distinguons, de ce fait, deux doubles tensions entre la terminologie et les variétés discursives.

La première tension prend en compte :

- d'un côté, la terminologie de description de l'*espumante* ancrée dans une tradition propre du portugais du Brésil, comme c'est le cas de l'utilisation du terme « tomada de espuma » dans le discours expert, un emprunt indirect (Candel et Humbley, 2017) à la langue française, « prise de mousse », qui nous semble, compte tenu du nombre d'occurrences et du nombre et du type de sources¹³ dans lesquelles il apparaît¹⁴, avoir été aménagé puis stabilisé dans le discours en portugais ;
- de l'autre côté, le transfert terminologique vers le portugais brésilien avec une adaptation d'une terminologie existant par ailleurs, dont on pourrait penser que la terminologie du champagne fournit un exemple pertinent. C'est le cas, par exemple, de « dégorgement », qui apparaît comme un emprunt direct (Candel et Humbley, 2017) au français, mais aussi avec des variantes indiquant différentes

¹¹ Cf. Vitisphere [en ligne].

¹² Cf. Vitisphere [en ligne].

¹³ Notamment tous les *Regulamentos de Uso* de IG et DO, l'équivalent du cahier des charges en français, auquel nous renverrons ici sous le sigle CDC.

¹⁴ « Prise de mousse » : 7 occurrences et 3 sources. « Tomada de espuma » : 61 occurrences et 16 sources.

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

stratégies d'adaptation ou tentative d'intégration de ce terme en langue cible, comme « degórgement », avec l'accent aigu sur le « o », qui peut être dû à la prononciation d'un son ouvert pour « o » dans « gor », en langue française [degɔʁzɔmã], en lui attribuant ainsi une position tonique, ce qui renvoie également à la règle orthoépique de la langue portugaise, où tous les proparoxytons doivent être accentués graphiquement (Bechara, 2015 : 111 ; Cunha et Cintra 2017 : 84), ou encore ii) « deguelo », dans une tentative de traduction de ce terme français vers le portugais.

La deuxième tension articule deux variétés discursives et prend en compte :

- d'un côté, le discours expert, un discours ici prescriptif et réglementaire (Gautier, 2014), responsable de la majorité des néologismes vérifiés dans le corpus d'étude (cf. Corpus), et qui tient compte de la technicité « derrière » les termes. L'expert est le détenteur de connaissances et de lexiques spécifiques (Morange, 2009 : 145) et l'intercompréhension agit ainsi dans un cadre limité où les locuteurs partagent une même expertise ou expérience du référent (Gaudin 2005 : 87). Par exemple, l'utilisation du terme « doce » (l'équivalent de « doux » en français) pour indiquer le dosage en sucre de l'*espumante* : « um espumante será: [...] Doce acima de 60 g/l [...] » (Bruch, 2012 : 5) ;
- de l'autre côté, le discours non-expert, ici le discours des consommateurs de vin (cf. Corpus et cadre méthodologique), un discours plutôt descriptif, évaluatif et hédonique, ancré dans une mémoire expérientielle¹⁵. Le même mot « doce » est ici un descripteur sensoriel utilisé dans l'intention d'exprimer la perception que ce consommateur a de ce produit, alors sucré : « que é uma bebida doce e suave ». Le fonctionnement sémantique dans ce cas, en opposition au fonctionnement objectiviste de l'exemple précédent, est un fonctionnement constructiviste qui part d'un prototype de douceur/sucrosité intériorisé par le consommateur à partir d'expériences de consommation antérieures (Dubois, 2009).

Ici, la terminologie se meut ainsi à la fois entre les différents niveaux d'une terminologie spontanée, d'une terminologie néologique et d'un aménagement par la diffusion et l'implantation d'une terminologie contrôlée.

3. Corpus et cadre méthodologique

Les analyses qui suivent reposent donc sur deux variétés discursives : le discours des spécialistes brésiliens (expert) et le discours de non-spécialistes brésiliens (non-expert) sur les vins *espumantes*. C'est à partir de ces différents discours que seront examinés la terminologie et le discours de la filière et des consommateurs afin de repérer et d'analyser les doubles allers-retours entre d'une part emprunts et néologismes et d'autre part entre terminologie spontanée construite sur la base de l'expérience (mémorielle) de dégustation et terminologie aménagée.

Les données composant les deux corpus sont des données authentiques de la langue, formant un « corpus réel » (Condamines, 2003). Le premier, nommé « discours expert »,

¹⁵ La dimension expérientielle est définie par Auchlin (1996 : 335) sur deux plans : i) sur le plan épistémologique comme étant « une alternative (crédible, viable et prometteuse) au dilemme 'objectivisme-subjectivisme' », et ii) sur le plan matériel comme un « discours [qui] doit être étudié dans sa dimension d'expérience humaine complexe, 'subjective' et 'participative' [...] ». Pour l'auteur, et nous le rejoignons, « [i]l n'y a pas de discours sans une expérience subjective particulière et originale, qui est déclenchée, contrainte et alimentée – médiatisée – par un 'protocole linguistique pour de virtuelles expériences subjectives' ».

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

est constitué de données non-expérimentales (*corpus data*) et le second, nommé « discours non-expert », de données expérimentales (*experimental data*) (Gilquin et Gries, 2009 ; De Mönnink, 1999 ; Tognini-Bonelli, 2001).

Le corpus « discours expert » est concrètement composé i) de six articles scientifiques consacrés aux *espumantes* présents dans certains des neuf numéros de la *Revista Brasileira de Viticultura e Enologia* (RBVE), ii) du contenu concernant les *espumantes* extrait de trente sites d'élaborateurs d'*espumantes*, et iii) de onze textes officiels stipulant les spécificités du produit et implémentant une terminologie normée, comme les différents CDC ou des textes de loi (cf. annexe 1). Le volume en nombre de mots est de 99 506 mots *tokens*¹⁶ et 6 959 mots *types*¹⁷.

Le corpus expert ici est assez hétérogène en ce qui concerne les statuts des locuteurs, il regroupe différents types et niveaux de spécialisation (Petit, 2010) et s'approche de ce que Gautier *et al.* (2015 : 149) appellent « discours ambiant » : « émanant essentiellement de professionnels, semi-professionnels et autres amateurs éclairés s'exprimant dans des types de discours souvent prescriptifs ».

Le deuxième corpus, le corpus « discours non-expert », est constitué de réponses de 528 consommateurs à un questionnaire diffusé en ligne et portant sur les descripteurs employés spontanément. Il s'agit d'un questionnaire semi-directif diffusé en ligne, c'est-à-dire en dehors de toute situation de dégustation (sans stimulus). Le volume en nombre de mots est de 11 556 mots *tokens* et 1 560 mots *types*, et les informations sociodémographiques concernant les répondants sont résumées ci-dessous :

Sexe	hommes : 151		femmes : 377		
Age	18-39 ans : 354		40-59 ans : 150		plus de 60 ans : 24
Statut	consommateurs de vin				
Consommation	jusqu'à 2 fois/an : 184		de 3 à 6 fois/an : 150		plus de 6 fois/an : 194
Région	Sud-est : 287	Sud : 191	Nord : 8	Nord-est : 24	Centre-Ouest : 18

Tableau n° 1 – Données sociogéographiques corpus « discours non-expert »

Les consommateurs ici sont des « buveurs de vin non-entraînés » (« untrained wine drinkers »), pour reprendre l'une des trois catégories d'expertise en dégustation proposées par Melcher et Schooler (1996 : 231). Les répondants sont majoritairement des femmes, âgées entre 18 et 39 ans, consommant du vin au moins une fois par an, originaires principalement des régions sud et sud-est. Pour accéder aux questions ouvertes, une seule contrainte majeure était exigée : être consommateur de vin, effervescent ou spiritueux, car

[a]fin de représenter le consommateur tel qu'il se comporte chez lui, le représentant doit être un amateur. En effet, il ne doit pas être un spécialiste des produits, que ce soient ceux de l'entreprise ou ceux de la concurrence. (Ziegelbaum *et al.*, 1997 : 4)

L'élaboration du questionnaire devait répondre aux objectifs de l'enquête et prévoir également l'analyse ou les types d'analyses envisagée(s) (Mondada, 1998). Son élaboration a reposé sur une approche dite « de terrain », approche empirico-inductive (Blanchet, 2012 : 41).

Les questionnements ouverts permettent « d'identifier les représentations cognitives, en particulier en vue de déterminer les propriétés sémantiques d'un concept [...] et la manière dont on peut identifier leurs relations à des catégories cognitives » (Delepaut,

¹⁶ Le total de mots qui composent le corpus.

¹⁷ Le total de mots différents qui composent le corpus.

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125
2009 : 164), nous avons ainsi choisi d'élaborer un questionnaire semi-directif, constitué de trois questions ouvertes. La consigne écrite a été adoptée notamment pour ne pas demander une mise en place de matériel complexe et pour permettre de consulter plusieurs sujets en même temps (Delepaut, 2009).

Dans le domaine sensoriel, les sujets sont soit soumis à des stimulations sensorielles, soit questionnés sur la mémoire de situations semblables à celle visée par l'étude. Ces deux situations de questionnements donnent accès à deux types de représentations différentes (Dubois, 1995 : 101-102). Ici, le questionnaire a été diffusé en dehors de toute situation de dégustation, sans stimulus (« hors site ») et « [a permis] de recueillir des informations sur ce qui reste le plus ancré en mémoire relativement à un ensemble d'expériences antérieures plus ou moins semblables » (Delepaut, 2009 : 167). L'ordre des questions est aussi un facteur important car elle induit des « effets de contexte », la question plus spécifique pouvant induire la réponse de celle plus générale et devant la suivre (Delepaut, 2009 : 170).

L'objectif est bien, à chaque fois, d'extraire des termes. Ici, notre méthodologie s'écarte volontairement des standards de l'approche wüstérienne pour prendre en compte, entre autres, dans le sillage de la socio-terminologie de Gaudin et de la terminologie cognitive de Temmerman (2000), l'emploi « situé » (Condamines et Narcy-Combes, 2015) des termes.

Ces trois questions ont donné lieu à la compilation de trois sous-corpus de parole cherchant à regrouper des données à partir de différents degrés d'abstraction :

Q1. Si je vous dis « *espumante* », à quoi pensez-vous ?

- sous-corpus « évocation » : qui permet de verbaliser de façon spontanée et intuitive l'image de l'*espumante* présente à l'esprit des répondants.

Q2. Si vous deviez expliquer à un ami ce qu'est un vin *espumante*, que lui diriez-vous ?

- sous-corpus « explication » : qui permet d'accéder à un niveau d'abstraction plus élevé incitant au dépassement de l'évocation intuitive pour aborder des aspects « techniques ».

Q3. Si vous deviez choisir trois mots ou expressions pour définir le vin *espumante*, lesquels choisiriez-vous ?

- sous-corpus « définition » : qui permet de verbaliser des traits définitoires à partir desquels les répondants conceptualisent l'objet *espumante*.

Tableau n° 2 – Les trois questions et leurs sous-corpus de parole respectifs

4. Résultats et discussion

Le traitement de données est à la fois quantitatif et qualitatif dans une approche *bottom-up* ou *corpus-driven* (Tognini-Bonelli, 2001), c'est-à-dire que l'analyse quantitative intervient en premier lieu, suivie par la description qualitative des fonctions discursives dans les textes segmentés à partir des critères linguistiques qualifiables (Biber *et al.*, 2007). Ces analyses quantitatives ont été réalisées semi-automatiquement sous le logiciel AntConc¹⁸ à partir des listes brutes de fréquence de mots puis par une interrogation systématique des concordances de ces dernières.

Nous avons tout d'abord opéré un classement sémantique des lexèmes extraits avec un regroupement des unités par traits définitoires communs dans huit classes sémantiques, déjà utilisées pour une étude similaire sur un autre vin effervescent, le Crémant de Bourgogne (Mancebo-Humbert *et al.*, 2018a et 2018b).

Ces classes sémantiques sont les suivantes :

¹⁸ Cf. Lawrence (2014), AntConc (Version 3.4.3) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. URL : <<http://www.laurenceanthony.net/>>.

	Classes sémantiques
1.	Désignation
2.	Classification
3.	Localisation
4.	Production – Segmentation
5.	Organisation
6.	Consommation
7.	Représentation
8.	Sensation – Perception

Tableau n° 3 – Les huit classes sémantiques

Parmi ces huit classes, un accent a été mis sur les trois classes mentionnées en gras qui répondent très clairement à la problématique générale du présent volume.

Une fois la ventilation des unités réalisée, ces mêmes mots se distinguent à l'intérieur des classes sémantiques entre i) les mots ancrés dans la terminologie du vin en portugais du Brésil ou ii) les néologismes. Pour la première catégorie, un seuil minimum d'occurrences de mots a été fixé comme pertinent à 50 occurrences pour le discours expert et 10 occurrences pour le discours non-expert. Pour les néologismes, tous les mots présentant un caractère néologique¹⁹ ont été sectionnés, la pertinence ou non de ces mots en tant que néologismes restant ouverte à discussion. Cela implique la prise en compte des hapax à la suite de Sablayrolles (2011) : ce sont des hapax du point de vue de l'émetteur, mais les récepteurs sont multiples et, dans le cas où il ne s'agit pas d'une construction « fautive », l'effet néologique est réitéré à chaque réception.

Pour le classement de néologismes, nous suivons Sablayrolles (2017) et Candel et Humbley (2017). Il s'agit donc de distinguer, dans un premier temps, deux grandes catégories de niveau supérieur :

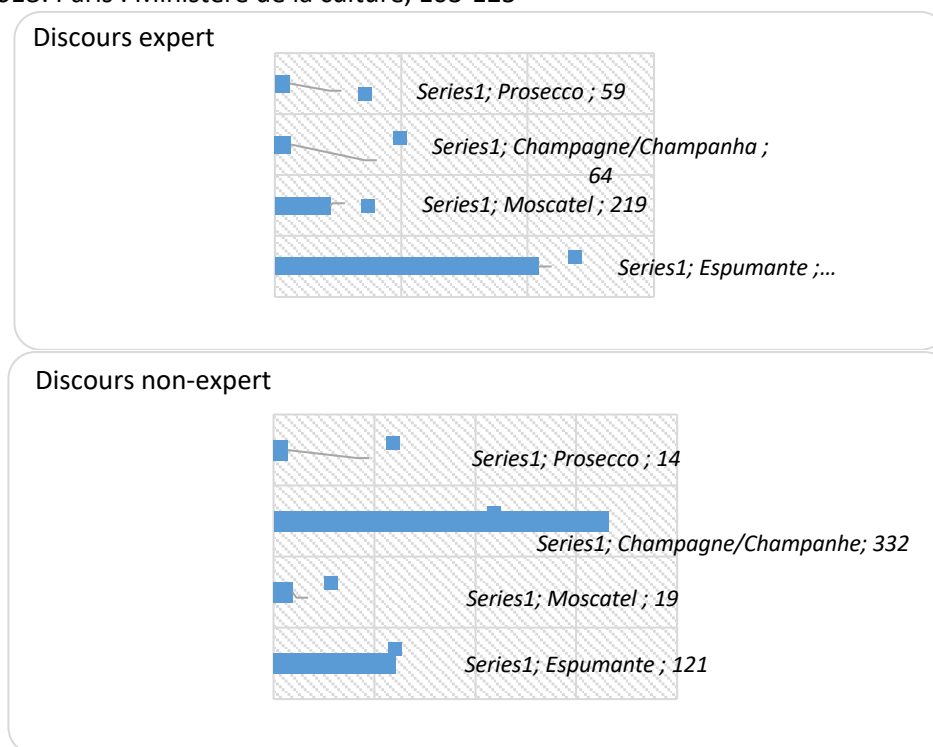
- matrice interne : « procédés propres au système de la langue » (Sablayrolles, 2017 : 32) ;
- matrice externe : « introduction dans une langue [...] des mots appartenant à une autre langue, avec des systèmes phonologiques, graphiques, morphologiques, etc., différents » (Sablayrolles, 2017 : 32).

Comme l'affirme Sablayrolles (2017 : 17) : « la création d'un mot correspond à une catégorisation du monde, réel ou imaginaire », il est alors toujours question de nomination. Dans ce cadre, plusieurs stratégies apparaissent, dont il conviendra d'examiner les motivations.

4.1. La classe « désignation du produit »

Les discours interrogés présentent les mêmes 4 lexèmes saillants, aussi bien pour le corpus « discours expert » que pour le corpus « discours non-expert », avec en plus des occurrences d'IG et DO et de noms respectifs dans le « discours expert ». Ces lexèmes ainsi que leur fréquence dans les corpus sont illustrés ci-dessous :

¹⁹ Il existe différentes définitions de néologisme, qui peuvent être centrées sur différents paramètres, comme la nature de l'unité lexicale, l'aspect de nouveauté, l'ampleur et les types de diffusion. Nous retiendrons notamment que « connaître un mot, c'est non seulement connaître sa forme et son sens, mais aussi la manière de l'employer : tout nouvel emploi relève de la néologie, d'une manière périphérique et non centrale, dans une conception scalaire (avec des degrés sur une échelle), et non discrète (valeur positive ou négative, sans intermédiaire possible) du phénomène » (Sablayrolles, 2017 : 20).



Graphique n° 1 – Lexèmes de la classe sémantique « Désignation du produit »

La différence de fréquence la plus importante concerne le choix d'utiliser le mot « Espumante » et le mot « Champagne » (et ses variantes « Champanha » pour le discours expert et « Champanhe » pour le discours non-expert) pour désigner les vins *espumantes*²⁰.

Le recours au mot « Espumante » pour parler des *espumantes* est tout à fait attendu et se vérifie dans le discours des professionnels avec 75 % d'occurrences. En revanche, le discours de consommateurs affiche une nette préférence pour l'emploi du mot « Champagne », qui représente 68 % des occurrences, et indique, par ce changement de référent, le rôle clairement prototypique (Rosch, 1973 ; Kleiber, 1990) exercé par le produit Champagne dans la catégorisation des vins effervescents (cf. *infra*). L'usage du mot se fait par emprunt direct (« Champagne »), ou emprunt indirect avec adaptation (« Champanha » dans le discours expert, et « Champanhe » dans le discours non-expert).

En outre, comme l'affirment Candell et Humbley (2017 : 7) au sujet des anglicismes, l'emprunt de noms propres n'est pas comptabilisé dans la catégorie, sauf s'ils deviennent noms communs. C'est ici le cas du mot « Champagne », utilisé pendant longtemps pour dénommer les vins effervescents en général sur le territoire brésilien.

Il est important de souligner que le Brésil n'a reconnu l'AOC Champagne officiellement qu'en 2012. Aussi, dans la loi 7678/1998 qui encadre la production et la commercialisation de vins, l'on utilise « Champanha » (« Champagne ») comme un équivalent, voire synonyme, d'« Espumante » ou « Espumante Natural » :

Champanha (Champagne), Espumante ou Espumante Natural é o vinho cujo anidrido carbônico provém exclusivamente de uma segunda fermentação alcoólica do vinho em garrafas (método Champenoise/tradicional) ou em grandes recipientes (método

²⁰ Sachant que « Moscatel » et « Prosecco » sont souvent utilisés pour désigner le type de cépage utilisé dans l'élaboration du *espumante* et apparaissent souvent dans la combinatoire : « Espumante Moscatel » / « Vinho Moscatel » / « Branco Moscatel » ou « Espumante Prosecco » / « Brut Prosecco » / « variedade » / « uva Prosecco ». Faute de place, ces aspects ne seront pas discutés plus avant ici.

champanha

[Var. de *champanhe*.]

Substantivo masculino.

1. **Vinho espumante, branco ou rosado, fabricado na Champagne (região a leste de Paris).**

2. **P. ext. Vinho de igual tipo mas de outra procedência.** [F. paral.: *champanhe*; f. red. (bras. gir. p. us.): *champã*; sin. (bras. gir. p. us.): *champanhota*. É frequente o uso de *champanha* como feminino.]

champanhe

[Do fr. *champagne*.]

Substantivo masculino.

1. **V. *champanha*:**

"A música era um frenesi. Corria o *champanhe*, gargalhava-se, a pândega ia avante." (Maria Archer, *Fauno Sovina*, p. 206.)

Figure n° 4 - Définitions de « champanha » / « champanhe » dans le dictionnaire électronique Aurélio (2010)

Les deux dictionnaires indiquant une seconde définition pour « champanha » / « champanhe » : par extension ou dérivation : vin similaire à celui produit en Champagne mais d'origine différente. Il y a alors des variations concernant le signe « Champanha » ou « Champanhe », dans les deux cas donnés comme synonymes l'un de l'autre (l'emprunt direct « Champagne » n'ayant pas d'entrée dans ces dictionnaires).

Les mécanismes sémantiques ne sont pas les mêmes dans l'emploi de « Champagne » et ses variantes dans les différents discours. Dans le discours expert, le mot « Champagne » a été utilisé :

- soit pour établir une analogie entre l'*espumante* et l'AOC Champagne dans une tentative de rapprochement par le recours à la même méthode ou au même cépage dans l'élaboration de l'*espumante*, comme gage de qualité. On voit donc que le terme n'est pas uniquement technique, il revêt aussi une dimension évaluative qui s'inscrit dans le sémantisme de Champagne (Gautier et Bach, 2017) :
 1. Idealizadora do sonho de elaborar espumantes no Brasil apenas pelo método champenoise - *segundo a tradição da região de Champagne na França* -, a matriarca da família recebe como homenagem o espumante Maria Valduga (Valduga).
 2. *Chardonnay*: Variedade francesa da região de Borgonha, na França, cujas uvas são utilizadas na elaboração dos seus famosos vinhos e, juntamente com a Pinot Noir, faz parte do vinho *base para a elaboração dos nobres vinhos espumantes de Champagne* (Dal Pizzol).
- soit pour catégoriser l'*espumante* par rapport à une catégorie exogène, ce qui pourrait être vu comme illégal après la reconnaissance de l'AOC Champagne par le Brésil en 2012, mais il s'agit ici de deux cas particuliers : i) la loi 7678/98 (*cf. supra*), qui mentionne « Champanha (Champagne) » comme un synonyme d'« Espumante » ou « Espumante Natural » au moment de présenter leur définition ; ou ii) le cas du domaine Peterlongo qui a fait appel en justice de la reconnaissance de l'AOC Champagne et a fini par se faire reconnaître l'usage antérieur de ce terme et a ainsi gardé le droit de l'utiliser dans leurs produits :

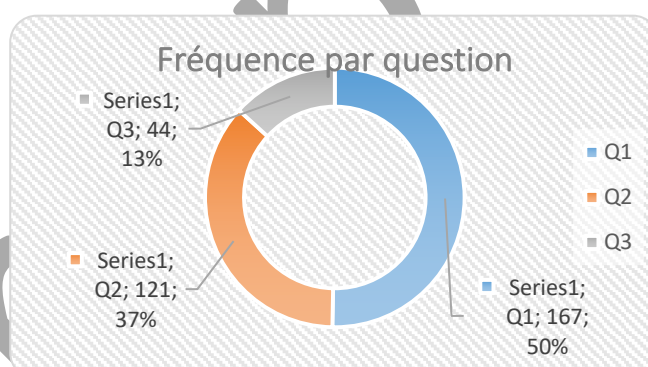
A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018.* Paris : Ministère de la culture, 103-125

3. *Champagne Peterlongo* passa a ser servido em banquetes oficiais, inaugurações de pontes, lançamento de aviões e batizado de navios (Peterlongo).

Dans le discours des consommateurs, les mots « Champagne » et « Champanhe » ont été utilisés plutôt dans une tentative de catégorisation ayant comme point de référence cognitif le *Champagne* :

4. Vinho com “bolhas”, quase como um champagne.
5. Um vinho que parece champagne.
6. Que é tipo “champagne”.
7. Tipo Champagne, mas não pode usar o nome.
8. É o que conhecemos mais comumente como “champanhe”, uma bebida com leve gás natural. O consumo de vinho espumante está ligado a comemorações.

Il ressort de ces exemples que l'*espumante* entre dans la catégorie des vins effervescents, dont le Champagne serait le meilleur exemplaire, parce que l'*espumante*, est, par analogie, un vin contenant des bulles et dont la consommation est liée aux commémorations, des traits définitoires qui recouvrent la conceptualisation du Champagne. La notion d'AOC Champagne semble alors être intégrée dans l'esprit des consommateurs qui ont répondu à notre enquête et l'emploi du terme « Champagne » renvoie ainsi à son rôle de prototype dans la catégorie des effervescents (Rosch, 1973 ; Kleiber, 1990). Ce résultat est d'autant plus parlant si l'on précise que la moitié des occurrences de « Champagne » / « Champanhe » se concentre sur les réponses à la question 1 (sous-corpus évocation, cf. *supra*) :



Graphique n° 2 – Occurrences de « Champagne »/« Champanhe » par question

Le Champagne reste alors une référence dans le discours produit par des Brésiliens sur leurs *espumantes*, mais le recours à cette référence est limité dans le discours expert, qu'ici est issu notamment de sources représentant un discours réfléchi et planifié, qui va donc prioriser l'emploi du terme « espumantes » pour désigner le produit en question.

4.2. La classe « *segmentation-production* »

En ce qui concerne les différentes méthodes de fabrication (*Charmat, Asti, champenoise*, etc.), et compte tenu du rôle prototypique de la Champagne, il convient de signaler que, dans le discours professionnel, les occurrences de l'emprunt indirect avec adaptation en portugais du terme « champenoise » représentent 52 % des occurrences entre « champenoise » (122 occurrences) et les deux termes équivalents « tradicional » (107 occurrences) et « clássico » (5 occurrences) :

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

1. Elaborados a partir de uvas da variedade Chardonnay o vinho base passa por uma segunda fermentação na própria garrafa (*método champenoise*) o que lhe confere uma estrutura ímpar e um bouquet com grande complexidade de aromas (Adega Chesini).
2. Utilização do *método champenoise* de fermentação bem como de classificação extra-brut (Valmarino).

Autrement, plusieurs stratégies apparaissent, notamment dans la terminologie utilisée pour nommer les différentes étapes de fabrication du produit, les structures nécessaires pour cette fabrication ou encore des éléments composant le produit lui-même (cf. annexe 2).

Les occurrences dans cette classe concernent presque exclusivement le discours expert, raison qui nous mène à ne prendre en compte ici que ce corpus.

Il y a une prédominance d'emprunts directs – comme « prise de mousse » ou « batonnage » (*sic.*) – et indirects – comme « tomada de espuma » (pour « prise de mousse ») ou « batonagem » (pour « bâtonnage ») dans les différentes occurrences. Dans les extraits suivants, il est possible d'observer divers emplois de ces emprunts :

3. Produzido por meio do processo Charmat, sendo a segunda fermentação alcoólica (*prise de mousse*) nas autoclaves em baixas temperaturas (Panizzon).
4. Alteração dos valores de diversas variáveis durante *prise de mousse* e amadurecimento (em meses) do vinho espumante (RBVE, 2015).
5. O período mínimo de contato com as leveduras, na fase de *tomada de espuma*, será de 9 meses. (CDC Vale dos Vinhedos).
6. Engarrafamento, adição da levedura encapsulada e açúcar (24 gramas/litro) para iniciar a refermentação (*tomada de espuma*) com temperatura controlada de 14° C por aproximadamente 120 dias em garrafas de 750 ml de cor incolor [...] (Valmarino).
7. Fermentação malolática com *batonagens* semanais por um período de 60 dias; [...] (Vinícola Valmarino).
8. Fermentação malolática, *batonagens* e maturação em barricas de carvalho (Valmarino).
9. Conservação do vinho base sobre borras finas com *batonnage*; [...] (Casa Valduga).

Quelques néologismes de matrice interne sont aussi présents, comme l'occurrence de « gaiola²¹ » et son diminutif « gaiolinha » pour nommer la structure en fil de fer utilisée pour maintenir le bouchon d'une bouteille de vin effervescent, dite « muselet » en français.

10. Colocação de rolha e da *gaiolinha* e após a rotulagem das garrafas (Valmarino).
11. O passo seguinte é a colocação da rolha, da *gaiola*, do rótulo e a liberação do produto para a comercialização (Dal Pizzol).
12. Na garrafa, é colocado licor de expedição, rolha e *muselet* (*gaiola aramada*) (Miolo).

Dans tous les cas, il y a aussi une stratégie qui consiste soit à donner le mot directement dans le discours, partant d'une connaissance préalable et intersubjectivement partagée (Kleiber, 1999) des interlocuteurs (cf. ex. 1, 4, 5, 7, 8, 9, 10 et 11) ; soit à recourir à une explication, une définition qui serait donnée avant l'introduction du terme, souvent présentée entre parenthèses (cf. ex. 2, 3, 6 et 12). Il y a également des cas où l'explication accompagne le terme dans le corps du texte, comme dans l'exemple qui suit :

²¹ Houaiss (2009 : 945) : « *gaiola* s.f. (sXIV) 1 caixa formada por um engradado de arame ou de ripas finas, destinada a aprisionar pássaros [...] ».

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

13. Uma vez concluída a tomada de espuma, o produto é mantido durante 12 meses *sur lie*, ou seja, em contato com as leveduras que foram responsáveis pela execução da fermentação (Salton).

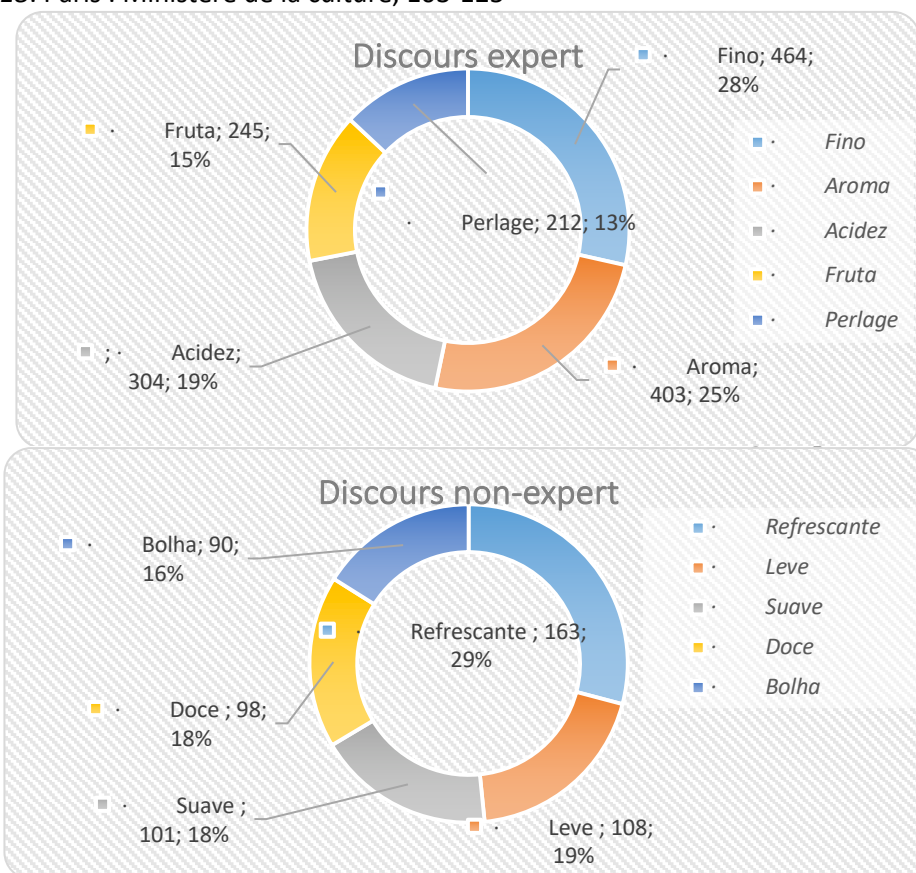
Cette classe sémantique regroupe alors la majorité de néologismes présents dans les corpus, constat tout à fait naturel si l'on prend en compte le fait que « [l]e Brésil est considéré comme un marché émergent dans la consommation de vin » (Barbosa *et al.*, 2016 : 1) et qu'il s'agit d'un discours spécialisé, où « les nouveautés scientifiques ou techniques sont très souvent touchées par le besoin de nomination » (Sablayrolles, 2017 : 27-28). C'est clairement une terminologie empruntée à la langue française en voie de stabilisation dans le discours professionnel sur les *espumantes* brésiliens.

4.3. La classe « sensation-perception »

S'agissant d'un objet à dimension sensorielle, la présence des aspects afférents aux différentes perceptions du produit est tout naturellement vérifiée dans ces discours, notamment quand il s'agit de parler du produit vin dégusté, par opposition au produit vin en tant que liquide présent dans la bouteille (Gautier et Bach, 2017 : 489). Mis à part le volet objectif de la description du produit (cf. *supra*), c'est le subjectif qui prend place, un phénomène décrit en psychologie en termes de « mémoire individuelle »,

[...] un système de mémoire [qui] mesure ou plus exactement évalue, dans un processus dynamique de construction/reconstruction permanente des catégories de mémoire, la réalité en référence non seulement à la stimulation présente, actuellement sensible, mais en différentiel par comparaison aux souvenirs des expériences passées de stimulations. (Dubois, 2009 : 19)

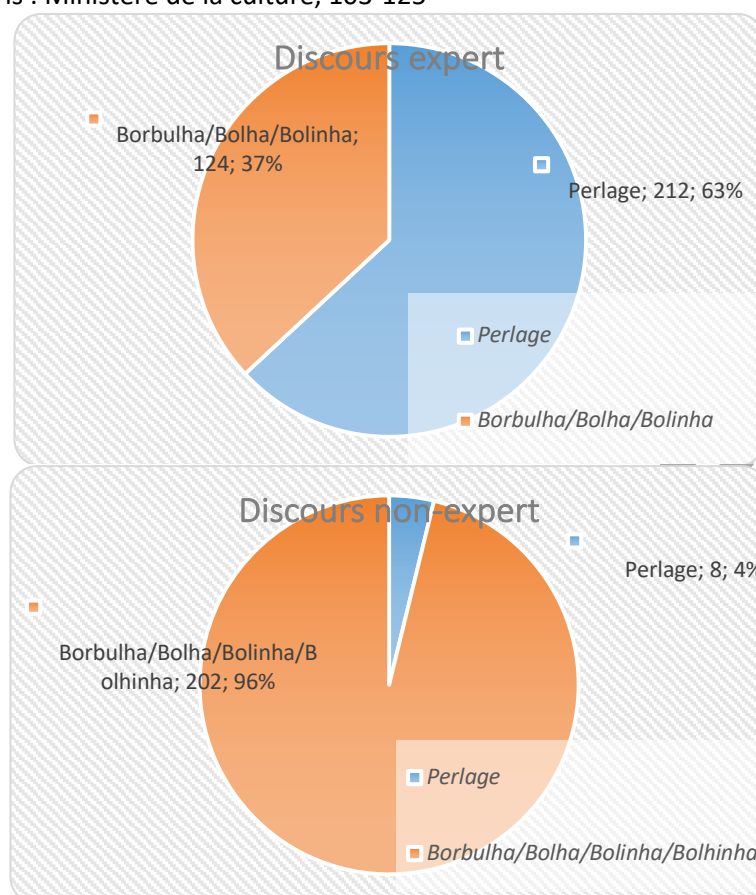
Plusieurs descripteurs sensoriels ont été saisis dans cette classe sémantique, même si les contraintes de place nous conduisent à limiter l'analyse aux cinq descripteurs les plus fréquents dans chaque corpus :



Graphique n° 3 – Lexèmes de la classe sémantique « Sensation/Perception »

Deux profils distincts se dessinent alors i) l'*espumante* pour les experts est un vin principalement caractérisé par la finesse, notamment la finesse des bulles (*perlage fino*), les arômes (puisqu'on évoque fréquemment l'arôme : *aroma*), l'acidité (valence positive : *acidez equilibrada*), le fruité (notamment les agrumes et les fruits rouges : *frutas cítricas* et *frutas vermelhas*), et par la présence de bulles (*perlage*) ; ii) l'*espumante* pour les non-experts se caractérise par son aspect rafraichissant (*refrescante*), léger (*leve* et *suave*), sucré (*doce*), et aussi par la présence de bulles (*bolha*).

Nous retiendrons par la suite le terme « perlage » et les différentes variantes présentes dans les deux corpus pour parler des bulles, trait définitoire commun aux deux types de discours :



Graphique n° 4 – Fréquence de « perlage » dans chaque corpus

Ce choix repose sur la thématique de ce volume, mais aussi sur le fait qu’il s’agit de la seule référence commune (parmi celles présentées ci-avant, cf. graphique 3) entre les deux discours, malgré l’usage de mots différents, « perlage » et « bolhas », pour indiquer le même référent, les bulles.

Dans le discours expert, « perlage » est clairement le terme principal pour parler des bulles des *espumantes* (212 occurrences – 27 sources), et nous pouvons parler alors d’un terme aménagé puis stabilisé en langue portugaise :

1. *A perlage é fina, abundante e persistente (Cantina de Vinhos).*
2. *A presença de CO2 (espuma/perlage) (RBVE 2015).*
3. *Em taça, o Extra-Brut Charmat apresenta perlage finas e persistentes, o que confere ao brinde um aspecto de elegância (Gazzaro).*

Les combinaisons principales sont « perlage fino » / « perlage fina », pour se référer à la finesse des bulles.

Pour le discours non-expert, c’est le contraire : les occurrences sont rares, il s’agirait d’un « pseudo-terme » et d’un emploi encore spontané. Aussi, le pseudo-terme indique la présence de « perlage », mais se limite à cela, sans analyse de l’aspect de ces bulles. À noter également l’exemple 6, où le locuteur tente de définir le mot en ajoutant une explication entre parenthèses, caractérisant possiblement un besoin d’information supplémentaire pour la compréhension du mot utilisé.

4. *Perlage.*
5. *Vinho branco com perlage.*

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

6. Tanto o vinho quanto espumante resultam de uma fermentação alcoólica porém a espumante tem *perlage* (bolinhas efervescentes).

Nous envisageons deux hypothèses pour l'origine de ce mot à caractère néologique en portugais, mais aussi en français :

- soit un néologisme de matrice externe : i) un emprunt direct si l'on considère la définition de « perlage » en français trouvée sur le site *web* abcduvin.com : « bulles dégagées par un vin effervescent ou perlant » (abcduvin.com), ou ii) un emprunt indirect avec une adaptation sémantique, car les termes ou expressions pour parler directement ou indirectement des bulles en français sont notamment : bulles, effervescence, trains de bulles, montée des bulles, survie des bulles, collerette ou cordon, mousse (site *web* Comité Champagne) ;
- soit un néologisme de matrice interne à partir de la forme ancienne de « pérola » : « *perla* : s.f. (sXV) ant. M. q. PÉROLA [...] » (Houaiss, 2009 : 1476), et dans ce cas il y aurait eu une adaptation « perla » => « perl-agem » => « perl-age ».

Dans tous les cas, il convient de préciser que, objectivement, un vin perlant est un vin effervescent, mais différent d'un vin pétillant ou d'un vin mousseux par rapport à sa contenance en gaz carbonique, moins importante. Les vins effervescents avec la teneur en gaz carbonique la plus importante sont les mousseux, comme le Champagne ou le Crémant. Il serait alors possible de penser que ces filières évitent consciemment l'utilisation d'un « terme » comme « perlage » pour parler des bulles de leurs vins. Néanmoins, dans le discours du Champagne (tel qu'il est incarné sur le site du comité Champagne²²) on trouve plusieurs références à « perle », qui transmet un tout autre imaginaire, associé au luxe :

7. « cordon, également appelé “collier de perles”, qui se forme à la surface du liquide et joue contre la paroi du verre ».
8. « fin cordon de perles folles ».
9. « une collerette de perles fines ».

Il semblerait alors qu'une interprétation en termes de néologisme de matrice interne serait possible et pertinente. Aussi, il est évident que l'intercompréhension existe, en tout cas dans le milieu professionnel, dans l'usage du terme « perlage » pour parler des bulles de vins effervescents en portugais du Brésil.

5. Bilan et perspectives

Cette communication visait à interroger la problématique générale de ce volume – terminologie spontanée et terminologie aménagée – à partir d'un cas d'espèce original, la terminologie des *espumantes* brésiliens. Les champs spécialisés concernés – la vitiviniculture et le marketing du vin – permettaient en effet de discuter des enjeux à la fois méthodologiques en matière de constitution de corpus en vue de l'extraction terminologique et théoriques en termes de statut des candidats-termes.

Si l'artefact visé – le vin effervescent *espumante* – est effectivement susceptible, en particulier par les experts, d'être partiellement décrit dans une perspective objectiviste avec des termes saisissant, dans des listes fermées qui font l'objet d'aménagement (par exemple par les textes réglementaires), les propriétés inhérentes au produit (cépage, procédé de vinification, etc.), il présente aussi – tant pour les experts que pour les non-

²² Cf. site web Comité Champagne [en ligne].

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

experts – une dimension expérientielle reposant sur une sémantique éminemment constructiviste et produisant une terminologie plutôt spontanée.

L'analyse outillée de deux corpus authentiques complémentaires, l'un textuel, l'autre produit expérimentalement, atteste dans ce contexte le recours massif à la terminologie française, dont on peut penser qu'elle sert de « modèle ». Ce rôle ne saurait toutefois être déconnecté d'une réalité cognitive, en l'occurrence le rôle prototypique du Champagne dans la catégorisation et la conceptualisation des effervescents comme Mancebo-Humbert *et al.* (2018a, b) le montrent pour le Crémant de Bourgogne. La question qui se pose, et qui ne peut qu'être renvoyée à des études ultérieures, est celle de savoir comment la terminologie encore spontanée observée pour la partie sensorielle va évoluer et si, le cas échéant, elle saura se stabiliser et être aménagée pour fournir une échelle ordonnée de descripteurs propres à ces vins brésiliens. Dans une telle optique, la recherche terminologique située rejoint et alimente les questions de marketing ou de commercialisation.

Références bibliographiques

- AUCLIN, Antoine (1996), « Approche expérientielle du discours : présentation », *Cahiers de Linguistique Française*, n° 18, p. 331-338.
- BARBOSA, Patrícia, DUPIM, Luiz, BRUCH, Kelly, PERALTA, Patrícia (2016). « Champagne, Cognac, Rioja, Jerez and Vales dos Vinhedos: Conflicts between trademarks and geographical indications of wines and spirits in Brazil », *BIO Web of Conferences*, vl. 7. DOI : 10.1051/bioconf/20160703002 (19/09/2018).
- BECHARA, Evanildo (2015), *Moderna gramática portuguesa*, 38 éd., Rio de Janeiro, Nova Franteira.
- BIBER, Douglas, ULLA, Connor, ULPTON, Thomas Albin (2007), *Discourse on the Move: Using Corpus Analysis to Describe Discourse Structure*, Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- BLANCHET, Philippe (2012), *La linguistique de terrain, méthode et théorie : une approche ethnosociolinguistique de la complexité*, 2^e éd., Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- BRUCH, Kelly (2012), « Nem tudo que é borbulha é espumante », *IBRAVIN*, URL : <<http://www.ibravin.org.br/downloads/1377636150.pdf>>.
- CANDEL, Danielle, HUMBLEY, John (2017), *Les anglicismes : entre réalité linguistique et fait culturel*, Paris, Éditions Garnier.
- CHOLLET, Sylvie, VALENTIN, Dominique (2000), « Le degré d'expertise a-t-il une influence sur la perception olfactive ? Quelques éléments de réponse dans le domaine du vin », *L'année psychologique*, vol. 100, n° 1, p. 11-36.
- CONDAMINES, Anne (2003), « Sémantique et corpus spécialisés : Constitution de Bases de Connaissances Terminologiques », *Linguistique*, URL : <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-01321042/document>>, dernière consultation : 18/07/2018.
- CONDOMINES, Anne, NARCY-COMBES, Jean-Paul (2015). « La linguistique appliquée comme science située », *Cultures de recherche en linguistique appliquée*, Francis Carton *et al.* (dir.). Paris, Riveneuve éditions, p. 209-229.
- CUNHA, Celso, CINTRA, Lindley (2017), *Nova gramática do português contemporâneo*, 7 éd., Rio de Janeiro, Lexikon.
- DELEPAUT, Gaëlle (2009), « Questionner : comment et pourquoi ? Le choc des questions, le poids des mots ! », in DUBOIS, Danièle (éd.), *Le sentir et le dire : concepts et méthodologies en linguistique et psychologie cognitive*, Paris, L'Harmattan, p. 157-188.

- A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125
- DE MÖNNINK, Inge (1999), « Combining Corpus and Experimental Data », *International Journal of Corpus Linguistics*, n° 4/1, p. 77-111.
- DUBOIS, Danièle (éd.) (2009), *Le sentir et le dire : concepts et méthodologies en linguistique et psychologie cognitive*, Paris, L'Harmattan.
- DUBOIS, Danièle (1995), « Catégories sémantiques 'naturelles' et recherches cognitives : enjeux pluridisciplinaires », *ARBA 3 Linguistique et modèles cognitifs*, p. 77-104.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda (2010), *Dicionário da língua portuguesa*, Curitiba, Positivo.
- GAUDIN, François (2005), « La socioterminologie », *Langages*, 39^e année, n° 157, p. 80-92
- GAUTIER, Laurent, BACH, Mathieu (2017), « La terminologie du vin au prisme des corpus oraux de dégustation/présentation (français-allemand) : entre émotions, culture et sensorialité », « *Études de linguistique appliquée*, n° 188, p. 477-501.
- GAUTIER, Laurent, LE FUR, Yves, ROBILLARD, Bertrand (2015), « La 'minéralité' du vin : mots d'experts et de consommateurs », in GAUTIER, Laurent, LAVRIC, Eva (éds.), *Unité Et Diversité Dans Le Discours Sur Le Vin En Europe*, Frankfurt/Main, Peter Lang, pp. 149-168.
- GAUTIER, Laurent (2018), « La sémantique des termes de dégustation peut-elle être autre chose qu'une sémantique expérientielle et expérimentale ? », in VERDIER, Benoît, PARIOZT, Anne (éds.), *Du Sens à l'Expérience : Gastronomie et Œnologie au prisme de leurs terminologies*, Reims, EPURE, p. 321-336.
- GAUTIER, Laurent (2014), « Quel(s) corpus pour une approche interculturelle des discours sur le vin ? », Communication au Colloque international Goût et Identité Culturelle, université de Bourgogne, URL : <https://www.academia.edu/9822715/Quel_s_corpus_pour_une_approche_interculturelle_des_discours_sur_le_vin_>.
- GILQUIN, Gaëtanelle, GRIES, Stefan Th. (2009), « Corpora and experimental methods: a state of the art review », *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*, vol. 5, n° 1, p. 1-26.
- HOUAISS, Antonio, VILLAR, Mauro de Salles (2009), *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, élaboré par l'Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda, 1^{re} éd., Rio de Janeiro, Objetiva.
- KLEIBER, Georges (1999), *Problèmes de sémantique : la polysémie en question*, Villeneuve d'Ascq, Presses du Septentrion.
- KLEIBER, Georges (1990), *La sémantique du prototype : catégories et sens lexical*, Paris, Presses Universitaires de France.
- MANCEBO-HUMBERT, Mariele, LE FUR, Yves, GAUTIER, Laurent (2018a), « La construction du discours de dégustation de Crémant de Bourgogne de 1995 à aujourd'hui », in WOLIKOW, Serge, JAQUECT, Olivier (éds.), *Bourgogne(s) viticole(s) : Enjeux et perspectives historiques d'un terroir*, Dijon, Éditions Universitaires de Dijon, p. 237-252.
- MANCEBO-HUMBERT, Mariele, LE FUR, Yves, GAUTIER, Laurent (2018b), « Les choix lexicaux dans le discours des consommateurs pour parler du Crémant de Bourgogne : quel degré de terminologisation ? », in GAUTIER, Laurent, PARIZOT, Anne (éds.), *Les terminologies professionnelles de l'œnologie*, Londres, Iste, pagination en cours.
- MONDADA, Lorenza (1998), « Technologies et interactions dans la fabrication du terrain du linguiste », in MAHMOUDIAN, Mortéza, MONDADA, Lorenza (éds.), *Le travail du chercheur sur le terrain. Questionner les pratiques, les méthodes, les techniques de l'enquête*, Cahiers de l'ILSL n° 10, p. 39-68.

- A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125
- MORANGE, Séverine (2009), « Expert, vous avez dit expert ? », in DUBOIS, Danièle (éd.), *Le sentir et le dire : concepts et méthodologies en linguistique et psychologie cognitive*, Paris, L'Harmattan, p. 137-156.
- PETIT, Michel (2010), « Le discours spécialisé et le spécialisé du discours : repères pour l'analyse du discours en anglais de spécialité », *E-rea*, URL : <<http://erea.revues.org/1400>>, dernière consultation le 18/07/2018.
- ROSCH, Eleanor (1973), « Natural categories », *Cognitive Psychology*, n° 4 (3), p. 328-50.
- SABLAYROLLES, Jean-François (2017), *Les néologismes : créer des mots français aujourd'hui*, Paris, Éditions Garnier.
- SABLAYROLLES, Jean-François (2011), « De la 'néologie syntaxique' à la néologie combinatoire », *Langages*, n° 183, p. 39-50.
- SABLAYROLLES, Jean-François (2010), « Néologisme homonymique, néologisme polysémique et évolution de sens. Pour une restriction de la néologie sémantique », in ALVES, Ieda Maria (ed.), *Neologia e neologismos em diferentes perspectivas*, Paulistana, CNPQ, p. 83-100.
- SABLAYROLLES, Jean-François, JACQUET-PFAU, Christine, HUMBLEY, John (2009), « Emprunts, créations 'sous influence' et équivalents », in VAN CAMPENHOUDT, Marc, LINO, Teresa, COSTA, Rute (éds.), *Passeurs de mots, passeurs d'espoir : lexicologie, terminologie et traduction face au défi de la diversité*, Lisbonne, Portugal, Éditions des Archives Contemporaines/Agence universitaire de la francophonie, p. 325-339.
- TEMMERMAN, Rita (2000), « Towards New Ways of Terminology Description. The Sociocognitive-Approach », Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company.
- TOGNINI-BONELLI, Elena (2001), *Corpus Linguistic at Work*, Amsterdam, John Benjamins.
- ZIEGELBAUM, Hélène, ROGEAUX, Michel, ROSTAING, Hervé (1997), « Une méthode de traitement automatique des questions ouvertes dans une enquête consommateur », *Les systèmes d'informations élaborées*, Île Rousse, France, URL : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01579946/document>>, dernière consultation : 19/09/2018.

Webographie (05/07/2018)

- <<https://www.embrapa.br/cim-inteligencia-e-mercado-uva-e-vinho/a-viticultura-no-brasil>>.
- <<http://www.cnpuv.embrapa.br/cadastro-viticola/rs-2013-2015/dados/obracompleta.html>>.
- <<https://www.vitisphere.com/actualite-87194-Le-Bresil-veut-se-positionner-en-reference-des-vins-effervescents.htm>>.
- <<http://www.garibaldi.rs.gov.br/a-cidade/rotas-turisticas/rota-dos-espumantes/>>.
- <<https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2017/article/download/753/691/>>.
- <<http://www.cnpuv.embrapa.br/cadastro-viticola/rs-2013-2015/dados/obracompleta.html>>.
- <http://www.cnpuv.embrapa.br/cadastro-viticola/rs-2013-2015/dados/e_mapas.html>.
- <<http://www.ibravin.org.br>>.
- <www.oiv.int/public/medias/3097/les-vins-effervescents-fr-complet-3.pdf>.
- <<https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/ig/historico>>.

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1988/lei-7678-8-novembro-1988-368234-normaatualizada-pl.html>>.

<<https://www.vitisphere.com/actualite-87194-Le-Bresil-veut-se-positionner-en-referance-des-vins-effervescents.htm>>.

<<https://www.vitisphere.com/actualite-87194-Le-Bresil-veut-se-positionner-en-referance-des-vins-effervescents.htm>>.

ANNEXE 1 - Détails de la composition du corpus « discours expert »

Textes officiels		
Documents officiels	Source	Année
DO Vale dos Vinhedos	Embrapa Uva e Vinho	2013
IP Altos Montes	Embrapa Uva e Vinho	2013
IP Pinto Bandeira	Embrapa Uva e Vinho	2013
IP Farroupilha	Embrapa Uva e Vinho	2017
IP Monte Belo	Embrapa Uva e Vinho	2016
Nem tudo o que é borbulha é espumante – IBRAVIN	IBRAVIN	2012
Lei do Vinho - Lei n° 7.678/1988	Gouvernement	1988
Lei n° 10.970 (altera lei n° 7.678)	Gouvernement	2004
INPI Resolução 55 2013	Gouvernement	2013
INPI Instrução Normativa n° 25 2013	Gouvernement	2013
Indicação Geografica (IG) para Vinhos no Brasil	Análises e Indicadores do Agronegocio	2013
Articles scientifiques		
Articles	Source	Année
Caracterização físico-química de mostos e vinhos base para a elaboração de Espumantes	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2010
Influência da cepa de levedura nas características físico-químicas e organolépticas de vinhos espumantes	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2014
Avaliação por imagem de espumabilidade e efervescência de vinhos durante prise de mousse e amadurecimento	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2015
Novas abordagens sobre vinhos espumantes: uma breve revisão	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2015
Composição aromática de espumantes rosés brasileiros	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2016
Influência da maturação das uvas no perfil sensorial de espumantes brasileiros	Revista Brasileira de Viticultura e Enologia	2016
Elaborateurs d'espumantes		
Domaine	Site Web	Année
Dal Pizzol Vinhos Finos	http://www.dalpizzol.com.br/home	2018
Adega Chesini	http://www.adegachesini.com.br/	2018
Calza Júnior Indústria e Comércio de Vinhos Ltda	http://www.vinicolcalza.com.br/	2018

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018*. Paris : Ministère de la culture, 103-125

Casa Valduga Vinhos Finos Ltda	http://www.casavalduga.com.br/	2018
Cooperativa Vinícola Aurora Ltda	http://www.vinicolaaurora.com.br/br	2018
Cooperativa Vinícola Garibaldi Ltda	http://www.vinicolagaribaldi.com.br/	2018
Cooperativa Vinícola São João Ltda	http://www.cooperativasaोजोao.com.br/index2.html	2018
Cooperativa Viti Vinícola Aliança Ltda	http://novaalianca.coop.br/	2018
Don Bonifácio Vinhos Finos Ltda	http://www.quintadonbonifacio.com.br/	2018
Estabelecimento Vinícola Valmarino Ltda	https://valmarino.com.br/?loja-virtual=	2018
Estrelas do Brasil Indústria e Comércio de Vinhos	http://www.estrelasdobrasil.com.br/	2018
Indústria Vinícola La Cantina Ltda	http://www.lacantina.com.br/	2018
Indústria Vinícola São Luiz Ltda	http://www.vinicoladelrei.com.br/home	2018
Irmãos Molon Ltda	http://www.irmaosmolon.com.br/	2018
LC Marcon Indústria Ltda	http://www.casageraldo.com.br/site/	2018
Miolo Wine Group Comércio Importação Exportação Ltda	http://www.miolo.com.br/controller.php	2018
Sociedade de Bebidas Panizzon Ltda	http://www.panizzon.com.br/	2018
Vinhos Don Laurindo Ltda	http://www.donlaurindo.com.br/pt-br/	2018
Vinhos Salton S/A Indústria e Comércio	https://www.salton.com.br/	2018
Vinícola Dom Cândido Ltda	http://www.domcandido.com.br/	2018
Vinícola Góes & Venturini Ltda	http://www.vinhosgoes.com.br/vinhos.html?cat=29	2018
Vinícola Panceri Ltda	http://www.panceri.com.br/index.php	2018
Vinícola Pericó Ltda	http://www.vinicolaperico.com.br/	2018
Vinícola Perini Ltda	http://www.casaperini.com.br/home	2018
Vinícola Peruzzo Ltda	http://vinicolaperuzzo.com.br/	2018
Vinícola Viapiana Ltda	http://www.vinhosviapiana.com.br/	2018
Cantina de Vinhos Fabian Ltda	http://www.vinhosfabian.com.br/	2018
Vinícola Gazzaro Ltda	http://www.gazzaro.com.br/	2018
Vinícola Giaretta Ltda	http://www.vinicolagiaretta.com.br/virtual/	2018
Vinícola Peterlongo S.A.	http://www.peterlongo.com.br/	2018

ANNEXE 2 - Lexèmes de la classe sémantique « Segmentation-Production »

Matrice externe		Matrice Interne	
Emprunt Direct	Emprunt Indirect - Adaptation	Morphosyntaxique par construction	Changement sémantique par métaphore
Batonnage	<i>Batonagem</i>	<i>Espumatização</i>	<i>Gaiola/gaiolinha</i>
Remuage	<i>Remuagem</i>	<i>Espumantização</i>	
Prise de mousse	<i>Tomada de espuma</i>	<i>Safrado</i>	
Dégorgement	<i>Degórgement</i>	<i>Rosado</i> ²³	

²³ Nous avons choisi d'insérer « rosado » dans deux colonnes car deux possibilités devraient être considérées : i) est-ce un néologisme par emprunt indirect à partir du français « rosé », ou ii) est-ce un néologisme de matrice interne construit à partir de « rosa » tenant compte directement de la couleur du vin ?

A paraître dans : Julie Andreu *et al.* (Eds). *Convergences et divergences dans la pratique terminologique. De la terminologie spontanée à la terminologie aménagée. Actes des journées Realiter 2018.* Paris : Ministère de la culture, 103-125

	<i>Degorgemant</i>		
	<i>Pós-dégorgement</i>		
	<i>Deguelo</i>		
Liqueur de tirage	<i>Licor de tirage</i>		
	<i>Licor de tiragem</i>		
-	<i>Licor de expedição</i>		
-	<i>Giropaleta</i>		
-	<i>Chaptalização</i>		
-	<i>Deurbado</i>		
Sec	<i>Seco</i>		
Demi-sec	<i>Meio-Doce</i>		
	<i>Meio Seco</i>		
	<i>Demi seco</i>		
	<i>Démisec / Demi séc</i>		
Rosé	<i>Rose</i>		
	<i>Rosè</i>		
	<i>Rosê</i>		
	<i>Rosado</i>		
Nature	-		
Assemblage	-		
Blanc de Blancs	-		
Blanc de Noir	-		
Véraison	-		
Sur lie	-		
Pupitre	-		
Muselet	-		
Extrabrut	-		
Brut	-		

pre-R