

# ITALIANITÀ ALIMENTARE NELLA LINGUA E CULTURA TEDESCA: IL CONTRIBUTO DELLA GELATERIA ITALIANA IN GERMANIA

Laura Campanale<sup>1</sup>

## 1. INTRODUZIONE

Il presente contributo intende analizzare la capacità di penetrazione della cultura e lingua italiana all'estero grazie ad alcuni prodotti del *Made in Italy*. Soprattutto negli ultimi anni si è avuta, infatti, un'espansione lessicale di italianismi e pseudoitalianismi nel campo della gastronomia, anche per effetto del successo dell'Expo del 2015 e dell'*appeal* che la nostra tradizione e cultura culinaria sono capaci di risvegliare.

Per tale motivo la prima parte della nostra ricerca sarà dedicata al successo dell'export alimentare e della cucina italiana in Germania, soffermandoci sulla motivazione della diffusione di alcuni prodotti e dei relativi locali, come le gelaterie italiane "artigianali", che in alcuni casi vantano una storia ultracentenaria di migrazione stagionale dalle montagne del Bellunese verso i territori di lingua tedesca.

Le suddette informazioni estrapolate per lo più dalla mia tesi di dottorato (Campanale, 2006a) verranno integrate, nell'ultima parte del presente lavoro, con materiale lessicale autentico desunto dalla rete per evidenziare il contributo fornito dalla gelateria italiana a livello di "gastronomi" (Gerolimetto, 2017: 10) all'interno della lingua tedesca.

## 2. IL SUCCESSO DELL'EXPORT ALIMENTARE E IL MITO DELLA CUCINA ITALIANA IN GERMANIA

L'agroalimentare rappresenta una dei settori di punta e di "traino" della nostra economia, collocandosi al terzo posto dopo l'industria metalmeccanica e di produzione di macchinari/attrezzature<sup>2</sup>.

Secondo i dati ISTAT, nonostante la pandemia, le esportazioni dell'alimentare *Made in Italy* hanno dimostrato un'enorme resilienza, registrando nei primi sei mesi del 2021 un 11,2%, con 50 miliardi di euro di fatturato. Tra i primi importatori troviamo al secondo posto gli Stati Uniti con un incremento del 18,4%, mentre in Europa si colloca per prima la Germania con un più 6,8%, seguita dalla Francia (+6,7%) e dalla Gran Bretagna. Positivo il trend anche in Russia (+16,5%), ma soprattutto in Cina con una crescita record del 57,7%<sup>3</sup>.

I prodotti maggiormente richiesti risultano essere cioccolato, tè, caffè, spezie e piatti pronti, vini, pane, pasta e farinacei, formaggi e latticini, carne, salumi e insaccati, uva, agrumi, frutta e ortaggi lavorati e conservati, pesce, liquori e amari; al primo posto il pane

<sup>1</sup> ITT Mazzotti, Treviso.

<sup>2</sup> Cfr. <https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754>.

<sup>3</sup> Cfr. <https://www.genteditalia.org/2021/08/13/export-record-storico-per-lalimentare-made-in-italy-nel-2021-verso-i-50-miliardi-di-euro/>.

e prodotti di pasticceria, i prodotti lattiero-caseari, le acque minerali e i prodotti per l'alimentazione degli animali<sup>4</sup>.

Già nel 2015 l'Italia si collocava infatti come «il primo Paese in Europa per numero di prodotti di qualità certificata [...] [p]rim[o] produttor[e] al mondo di vino [e] [...] [s]econdo [...] per numero di ristoranti stellati»<sup>5</sup>.

Tra i diversi cambiamenti apportati dal Covid-19, lo «sviluppo dell'e-commerce e [l]a diffusione della digitalizzazione [e] ma anche [l]a maggior attenzione da parte dei consumatori all'italianità delle produzioni»<sup>6</sup>. Quest'aspetto è particolarmente importante, vista la diffusione di prodotti agroalimentari “tarocchi” per un valore complessivo di oltre 100 miliardi di euro nel mondo<sup>7</sup>:

Ogni anno [il fenomeno della] contraffazione genera perdite pari a 15 miliardi di euro [e] a causa [dell'*Italian Sounding*, che utilizza impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che richiamano all'Italia per alimenti che non hanno nulla a che fare con il sistema produttivo nazionale, dietro i quali spesso si nascondono ricette modificate, uso di ingredienti di scarsa qualità o metodi di produzione alternativi e senza trasparenza<sup>8</sup>.

Particolarmente colpiti nella grande distribuzione (grandi catene di supermercati), «i prodotti lattiero-caseari, pasta, prodotti da forno (snacks, dolci), prodotti a base di carne, condimenti (sughi, aceto, olio), surgelati e piatti pronti, bevande (caffè, hot drinks, vino)»<sup>9</sup>.

Ciò nonostante rimane indiscussa la forza del *Made in Italy* alimentare, già sottolineato dall'enorme successo dell'Expo 2015 che ha particolarmente evidenziato il *soft-power* della cucina italiana nel mondo, come «elemento caratterizzante della nostra identità, apprezzata in ogni angolo del pianeta e conosciuta da tutti»<sup>10</sup>.

Tra le dieci azioni del *Food act*<sup>11</sup>, promosso dal Governo per valorizzare la cucina italiana di qualità, in continuità con l'esperienza di Expo Milano 2015, si prevede anche la valorizzazione del «legame tra cucina e cultura, identità, educazione e inclusione [...] [attraverso] [...] [numerose] iniziative»<sup>12</sup>.

Anche in Germania la cucina italiana è ormai penetrata nella cultura e lingua tedesca sia attraverso alcuni dei suoi simboli più conosciuti (pasta, pizza, gelato, caffè), sia grazie alla diffusione capillare di locali e prodotti italiani<sup>13</sup>, che rispecchiano un approccio “diverso” con il cibo secondo «il tipico *italian style life*, cioè un modo di vivere rilassato ed

<sup>4</sup> [https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/mercati/2018/05/06/news/il\\_cibo\\_italiano\\_nel\\_mondo\\_germania\\_prima\\_meta\\_la\\_spagna\\_supera\\_la\\_svizzera-195517971/](https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/mercati/2018/05/06/news/il_cibo_italiano_nel_mondo_germania_prima_meta_la_spagna_supera_la_svizzera-195517971/).

<sup>5</sup> <https://www.miur.gov.it/-/valorizzazione-all-estero-della-cucina-italiana-di-qualita-firmato-protocollo-miur-maeci-mipaaf>.

<sup>6</sup> <https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754>.

<sup>7</sup> <https://www.genteditalia.org/2021/08/13/export-record-storico-per-lalimento-made-in-italy-nel-2021-verso-i-50-miliardi-di-euro/>.

<sup>8</sup> <https://www.radio-food.it/cibo-italiano-estero/>.

<sup>9</sup> *Ibidem*.

<sup>10</sup> <https://www.ambasciatorideltgusto.it/la-cucina-italiana-e-il-soft-power-italiano-nel-mondo/>.

<sup>11</sup> «Il Food Act è un patto tra Istituzioni e mondo della cucina italiana di qualità, rappresentata dai più importanti chef del nostro Paese»: <https://www.miur.gov.it/-/valorizzazione-all-estero-della-cucina-italiana-di-qualita-firmato-protocollo-miur-maeci-mipaaf>.

<sup>12</sup> <https://www.miur.gov.it/-/valorizzazione-all-estero-della-cucina-italiana-di-qualita-firmato-protocollo-miur-maeci-mipaaf>.

<sup>13</sup> A dimostrazione del successo della nostra tradizione culinaria, oltre all'enorme diffusione di locali italiani (pizzerie, ristoranti, gelaterie, *Espresso*, enoteche), anche negozi di gastronomia specializzata, ingrossi, per non parlare dei prodotti alimentari del *Made in Italy* (pasta *Barilla*, conserve di pomodoro *Cirio*, formaggi, insaccati, vini, caffè), «accessibili ormai a tutti, in quanto [...] penetrati nella catena distribuzionale degli ipermercati e supermercati come *Kaufhof*, *Karstadt*, ecc.» (Campanale, 2014a: 44).

umano, lo *slow food*, in opposizione all'invasione del *fast food* di stampo americano»<sup>14</sup> (Campanale, 2014a: 40-41):

Mangiare in Italia è un rito collettivo, non è solo nutrirsi, ma [è anche] una forma di cultura, che fa parte di una tradizione tramandata da secoli, di un modo di essere, di concepire la vita, di una mentalità e di un approccio “tipicamente” italiano con il cibo. Mangiare, sedersi a tavola presuppone condivisione, comunicazione, [...] (Campanale, 2014a: 37-38).

La nostra tradizione culinaria è diventata così importante e connotata positivamente, tanto da aver in parte modificato «abitudini» e «costumi» della società tedesca, «introducendo un modo di fare e di essere tipicamente italiano, espressione di eleganza, stile, creatività e genuinità» (Campanale, 2014a: 44). Ne sono testimonianza, i diversi libri con ricette italiane e famose trasmissioni televisive dedicate alla nostra cucina (cfr. Kornadt, 2014: 69).

### 3. LA TRADIZIONE DEL GELATO *MADE IN ITALY* E L'EMIGRAZIONE DEI GELATIERI VENETI OLTRALPE: STORIA ED EVOLUZIONE DI UN FENOMENO ULTRACENTENARIO

L'origine del gelato sembra risalire a 4000 anni fa e provenire dal lontano Oriente, ma fu solo nel XVI secolo, a Firenze, che assunse la gustosa formula attuale, tanto che Caterina dei Medici chiamò i primi gelatieri italiani alla sua corte a Parigi e già nel 1660 un italiano aprì il primo caffè, il “Procope”, visitato da importanti personalità che gustavano tra l'altro il “famoso” gelato italiano<sup>15</sup>.

Pur tuttavia, il successo del prodotto, nei paesi dell'area tedesca, a partire dalla fine dell'Ottocento, sarebbe riconducibile «agli abitanti delle valli dell'Alto bellunese, cioè ai cadorini ed agli zoldani che iniziarono, prima con dei carrettini, poi stabilmente, a farsi conoscere [...] a Vienna e [in seguito] nelle altre città del Nord e dell'Est[-Europa]. Solo dopo la II guerra mondiale il fenomeno, [...] si espanse a macchia d'olio, soprattutto nella [...] Repubblica Federale Tedesca, con le caratteristiche fino ad oggi [presenti]» (Campanale, 2014a: 45).

Dalle informazioni quantitative e qualitative desunte dalla mia tesi di dottorato<sup>16</sup> risulta che dalla fine dell'Ottocento il fenomeno si sarebbe diffuso, inizialmente come commercio ambulante stagionale dalle povere regioni dolomitiche del Cadore e della Val di Zoldo (cfr. Mosen, 1996: 174; 250-251), dapprima verso le città del Lombardo-Veneto e successivamente verso quelle dell'Impero austro-ungarico (soprattutto Vienna), ma anche in Prussia, Polonia e lungo il Baltico (cfr. Campanale, 2006a: 33-40)<sup>17</sup>:

1. [...] ecco . dopo da l'Austria hanno incominciato a espandersi anche in Germania [...] (U 72 STAG HAHLEN / BL FORNO DI ZOLDO)<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> Lo *slow food* è sorto a Bra (provincia di Cuneo) nel 1986 (cfr. Campanale, 2014a: 40).

<sup>15</sup> Cfr. <https://www.waltrop-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/>. Si veda anche Caltran (1999: 12-18).

<sup>16</sup> La ricerca si basa su un'indagine quantitativa (con la compilazione di 196 questionari dei 300 somministrati), ma anche qualitativa, ricorrendo a due tipologie di intervista: “strutturata a risposta prefissata” e “semi-strutturata a risposta libera” (cfr. Campanale, 2006a: 116-119).

<sup>17</sup> Si veda anche Campanale (2006b: 158; 2006c: 46; 2014b: 232; 2018: 107; 2021: 172) e Campanale (in corso di stampa).

<sup>18</sup> Gli esempi ricavati dall'analisi del campione, estrapolati dalla mia tesi di dottorato precedentemente citata, verranno indicati tra parentesi tonde con un numero progressivo.

2. I vecchi vendevano croccanti, caldarroste o frutti canditi con lo zucchero, come ambulanti d'inverno. Nel 1850 molti emigravano da Vodo di Cadore in Cecoslovacchia, in Polonia, a Lipsia, Danzica per lavorare nelle miniere o nelle industrie. Fino alla prima guerra mondiale stavano all'estero temporaneamente o stagionalmente. [...] Prima della guerra tra il 1908, 1910 mio papà lavorava in gelateria a Bloomberg, poi con la guerra ha perso tutto e nel 1926, 1927 ha riaperto una gelateria in proprio a Norimberga (U 57 STAG MONACO / DE MONACO - BL VODO - VI ARZIGNANO).

Dopo questa prima fase (dal 1880 al 1939), la seconda, dal 1949 al 1975 circa, fu determinata da un ampliamento del «bacino migratorio» (emigrarono anche bellunesi, trevigiani e friulani) e da una «focalizzazione delle zone di arrivo», privilegiando la Repubblica Federale Tedesca<sup>19</sup>, soprattutto il bacino della Ruhr, del Reno-Meno e alcune città industriali (Hannover, Stoccarda, Monaco) (cfr. Campanale, 2006a: 54)<sup>20</sup>:

3. Nel Sessanta c'è stata l'emigrazione dei gelatieri verso Monaco, prima si erano diretti verso la Ruhr, tanti hanno venduto o per trasferirsi in Baviera, al Nord adesso ci sono tanti stagionali (U 56 PERM WOLFRATSHAUSEN / BL LONGARONE).

Infine, durante la terza fase, dal 1980 ad oggi, si assisterà ad «un'ulteriore diffusione dell[e] attività e un utilizzo di manodopera [di [...] altre regioni italiane] o extra-comunitaria (per lo più si tratta di italo-argentini/brasiliani [...])» (Campanale, 2006b: 158)<sup>21</sup>, grazie anche al supporto di organi ufficiali come l'associazione di categoria UNITEIS:

4. Alla fine degli anni Ottanta, Novanta c'è stato un ingresso di manodopera brasiliana con passaporto italiano, ora ci sono molti meno italo-brasiliani. All'inizio si pensava che fossero più attaccati alle loro origini italiane. [...] (U 36 STAG FÜRSTENFELDBRÜCK / PD - BL LONGARONE).

Gli stranieri rappresentano indubbiamente «l'ultimo anello dell'evoluzione migratoria di una professione [...] che, dalla fine dell'Ottocento, è stata nelle mani degli italiani, o meglio degli alpigiani delle valli cadorine e zoldane» (Campanale, 2006a: 250-251). Ormai, soprattutto in estate, nelle medie e grandi città tedesche, le gelaterie si sono trasformate in un ambiente multiculturale, con dipendenti di diversa provenienza (cfr. Campanale, 2006a: 250-258), alcuni già con passaporto italiano, perché oriundi (nel caso di argentini/e o brasiliani/e) o in quanto sposati/e con italiani/e (cfr. Campanale, 2006a: 41; 122).

Di certo, possiamo constatare che il fenomeno migratorio, «pur mantenendo in linea di massima la singolarità della stagionalità, ha subito, negli anni, un'evoluzione, dovuta [a molteplici fattori] [...] [anche] di natura 'strutturale' [ , così come si è verificato] all'interno dell'universo della gastronomia italiana in Germania» (Campanale, 2014a: 46)<sup>22</sup>:

Nelle grandi città [tedesche], [...], anche la gelateria [artigianale] italiana, come tante altre attività, per stare al passo con le ultime mode, è costretta [...] a rinnovare arredamenti, [proporre nuovi] gusti e [fare] tendenz[a], pur

<sup>19</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2019/05/der-erfolg-mit-den-eis-liebhavern/>.

<sup>20</sup> Si veda anche Campanale (2006b: 158; 2006c: 46; 2014b: 232; 2018: 107; 2021: 173) e Campanale (in corso di stampa).

<sup>21</sup> Si veda anche Campanale (2006a: 56; 2006c: 46; 2014b: 232-233; 2018: 108; 2021: 173) e Campanale (in corso di stampa).

<sup>22</sup> Si veda anche Campanale (2006a: 286).

mantenendo l'esclusività del prodotto e dell'ambiente [...]»<sup>23</sup>. [...] [Pur tuttavia] [i] gelatieri, soprattutto [...] d[ella] “vecchia” generazione, ribadiscono l'importanza di una tradizione secolare che non deve essere persa, [...] [, in quanto] [l]a gelateria è una parte d'Italia “fuori nel mondo”: una tradizione secolare che è giusto che si rinnovi, ma che sopravviva nel tempo, mantenendo in qualche modo lo “stile italiano”, cioè l'ambiente, l'atmosfera, la qualità e l'innovazione dei prodotti, il modo di lavorare, di trattare i clienti, tutte qualità per cui gli italiani nella gelateria si sono distinti (Campanale, 2014a: 46)<sup>24</sup>.

Complessivamente nel settore della produzione del gelato artigianale lavorano in Europa 300.000 persone in 60.000 gelaterie, con un volume di affari che si aggira intorno ai 9 miliardi di euro all'anno: solo in Germania sono presenti 9.000 gelaterie (3.362 con produzione propria) e 4.350 *Eiscafés*, in cui sono attivi più di 20.000 collaboratori, di cui la metà d'origine italiana<sup>25</sup>, oltre alle 50 catene di gelaterie esistenti su tutto il territorio tedesco secondo i dati della Camera di Commercio Italiana per la Germania, tanto che solo nel 2017, la Repubblica Federale di Germania avrebbe prodotto 517 milioni di litri di gelato, consumato nel 73% dei casi nelle zone urbane<sup>26</sup>.

Secondo i dati dell'Istituto di statistica tedesco sui produttori di gelato, delle 3.467 gelaterie artigianali rilevate nel 2019, la maggioranza risulta distribuita ad Ovest e a Sud del Paese e precisamente nei *Länder*, in cui si trasferirono i gelatieri nel secondo dopoguerra, ma anche con il maggiore flusso migratorio di italiani. Ai primi posti troviamo il Nord Reno-Westfalia (con 895 attività), la Baviera (598 attività), l'Assia (410) e il Baden-Württemberg (375), seguite dalla Renania (247) e dal Saarland (130).

A Nord, soprattutto nella capitale Berlino<sup>27</sup> e ad Amburgo, in cui è comunque consistente la presenza di nostri connazionali, notevolmente aumentata soprattutto negli ultimi anni<sup>28</sup>, i numeri delle gelaterie sono ridotti, con rispettivamente 67 e 19 attività.

<sup>23</sup> Cfr. anche Campanale (2006a: 287).

<sup>24</sup> Cfr. anche Campanale (2006a: 84).

<sup>25</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/press/2021/03/24-maerz-2021-gelato-day-europa-tag-des-gelato/>.

<sup>26</sup> Cfr. <https://www.dolcegiornale.it/gelaterie/gelateria-italiana-germania/>.

<sup>27</sup> Ringraziamo la Dott.ssa Annalisa Carnio dell'Ufficio Stampa dell'UNITEIS per averci cortesemente fornito telefonicamente in data 4.04.2022 alcuni importanti chiarimenti, tra cui quelli relativi all'evoluzione del fenomeno nella capitale tedesca. Qui, attualmente, la maggior parte delle gelaterie è stata aperta dopo la caduta del Muro da tedeschi e in misura minore da persone di altra nazionalità, tra cui alcuni italiani. A Berlino le poche gelaterie storiche aperte negli anni '60 e '70 erano e sono tuttora di proprietà di italiani. Il basso numero di gelaterie italiane a Berlino è da ricondurre al fatto che, nel dopoguerra, ai tempi del Muro, nessuna ditta straniera avrebbe, invece, avuto interesse ad investire o aprire un'attività in una città ancora divisa, motivo per cui i gelatieri preferirono orientarsi verso altre zone ad Ovest, come ad esempio il bacino della Ruhr.

<sup>28</sup> «[D]al 2012 al 2015 più di 130mila italiani si sono iscritti in anagrafe in Germania; [...]. Nelle statistiche sugli italiani residenti in Germania per durata della residenza, si osserva in primo luogo l'aumento dell'immigrazione negli ultimi anni: alla fine del 2015 i residenti da meno di 3 anni sono oltre il 16% (non erano che il 5% all'inizio del 2007). Si osserva anche come di pari passo con l'aumento dell'immigrazione siano cambiati in parte i Länder di destinazione dei cittadini italiani. Vi è infatti una diminuzione della quota di nuovi arrivi rispetto alla media nazionale nel Baden-Württemberg e nel Nord Reno-Westfalia, che sono i due principali Länder di immigrazione dei cittadini italiani (al terzo posto vi è la Baviera, dove la quota di nuovi arrivi è invece un po' più elevata rispetto alla media); d'altro canto vi è il forte aumento dei nuovi arrivi rispetto al totale dei residenti nelle Città-Stato di Berlino, specialmente nell'ultimo anno (quasi il 17%, rispetto alla media nazionale del 5,5%), e di Amburgo dove il 24,9% degli immigrati italiani è arrivato da meno di 3 anni, [...]»: [https://www.altreitalie.it/nuove\\_mobilita/dati\\_e\\_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl](https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl).

Risultano, invece, superiori negli altri *Länder* ad Est<sup>29</sup>, come la Sassonia (104) e la Sassonia-Anhalt (76)<sup>30</sup>.

Basilare, anche nel periodo del Covid, il supporto della già citata associazione di categoria UNITEIS, il cui presidente è Stefano Bortolot. UNITEIS è anche socio di Longarone Fiere, dove dal 1959 si organizza annualmente la MIG (mostra internazionale del gelato artigianale)<sup>31</sup>, appuntamento fondamentale per tutto l'indotto produttivo.

#### 4. IL SUCCESSO DELLA GELATERIA ITALIANA IN GERMANIA: TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE, MA ALL'INSEGNA DELL'ITALIANITÀ

Nonostante i gelatieri veneti fossero i primi, già agli inizi del Novecento<sup>32</sup>, a farsi conoscere nelle principali città tedesche introducendo un prodotto tipicamente italiano, ossia il gelato<sup>33</sup>, non c'è dubbio che gli anni d'oro della gelateria italiana coincisero con il *boom* economico tedesco e la conseguente "grande" migrazione italiana nel secondo dopoguerra verso la Germania per effetto della forte richiesta di manodopera<sup>34</sup>:

5. Negli anni Sessanta, Settanta c'è stato il "boom" delle gelaterie. Non c'erano problemi di personale e il guadagno era alto (D 48 STAG DINGOLFING / BL VALLE DI CADORE - VENAS)

Sebbene Monaco rappresentasse la prima tappa obbligata per gli emigranti italiani, in quel periodo i gelatieri si sarebbero diretti prevalentemente verso la Germania del Nord, in particolare nella Ruhr, perché lì, secondo i nostri informatori, a causa della maggior densità di popolazione, si sarebbe venduto e perciò mangiato più gelato, per cui si necessitava di più personale:

6. B: i gelatieri che venivano in Germania passavano per Monaco perché era obbligatoria la tappa a Monaco perché era una stazione a sacco e dovevano cambiare treno  
B: ben pochi rimanevano a Monaco più su si andava e meglio era  
A: eh come mai?  
B: perché più in là si va più gelato mangiano (U 51 STAG MONACO / BL LONGARONE)
7. Con la guerra ha perso tutto, nel 1950 è tornato in Germania in [W]estfalia a Dortmund. In quegli anni andavano al Nord perché la gelateria era conosciuta al Nord. Al Nord sono più stagionali. Le vere gelaterie sono rimaste al Nord, perché al Nord mangiano più gelato che al Sud. In Baviera ci sono più caffè-

<sup>29</sup> «[S]oprattutto, gli immigrati italiani hanno trovato nuove destinazioni nei Länder della ex Germania Est, sebbene con numeri inferiori; principalmente nella Sassonia, e anche nella Sassonia-Anhalt e in Turingia, e nei Länder più a nord, Brandeburgo e Meclemburgo-Pomerania, nei quali le percentuali dei nuovi residenti italiani variano fra il 35,6% della Sassonia-Anhalt e il 45,2% della Sassonia»:

[https://www.altreitalie.it/nuove\\_mobilita/dati\\_e\\_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl](https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl)

<sup>30</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/gelato-artigianale/gelaterie-artigianali-in-germania/>.

<sup>31</sup> Cfr. <https://www.mostradelgelato.com/germania-come-i-gelatieri-vivono-la-crisi-covid-19>.

<sup>32</sup> Sembra che la prima gelateria aprì ad Amburgo persino nel 1799 (cfr. <https://www.waltropers-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/>).

<sup>33</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/01/auswärts-essen/>.

<sup>34</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2017/06/eislawinen-unterwegs-nach-norden-2/>.

gelateria. Una volta si sposavano in paese con una persona della stessa tradizione, partivano il 19 marzo e tornavano a metà settembre. Il paese si spopolava, se n'andavano tutti a fare gelato (U 53 STAG KEMPTEN / BL VALLE DI CADORE - VENAS)

8. Negli anni Cinquanta, Sessanta gli zoldani si sono diretti nella Ruhr (Dortmund, Bochum, Essen, Hildesheim), perché era una delle zone più ricche e al Nord mangiavano volentieri il gelato. Con il retrocedere dell'economia ci si sposta e si cerca di avvicinarsi all'Italia. Inizialmente si andava a lavorare da un gelatiere pratico per farsi le ossa e poi si apriva un locale proprio (U 39 STAG FREISING / DE ESSEN - BL FORNO DI ZOLDO)

Alla base della grande diffusione delle attività in Germania, possiamo annoverare alcuni fattori determinanti e caratteristici di questa “singolare” tipologia migratoria, che selezionava oculatamente i territori in cui insediarsi secondo la regola «del maggior vantaggio economico e della maggior sicurezza [...] economica, materiale e sociale [...] [ragion] per cui fu scelta la Repubblica Federale Tedesca nel secondo dopoguerra e, in particolare, determinate aree e città tedesche, identificate come le più ricche» (Campanale, 2006a: 285)<sup>35</sup> :

Nel caso dei gelatieri di antica tradizione si tratta di un gruppo coeso e compatto, che emigra all'estero con la coscienza di una categoria professionale, qualificata nel proprio ambito e che si muove secondo determinati principi. La coesione del gruppo mediante catene migratorie parentali e amicali permette di gestire il fenomeno a vantaggio della categoria, il che ne determina una particolare coscienza etnica anche all'estero [...] coscienza che si è tramandata di generazione in generazione e sopravvive ancora oggi come orgoglio di una categoria che si è fatta da sé e ha deciso da sé, nei limiti del possibile, il proprio destino (Campanale, 2006a: 285-286)<sup>36</sup> .

Di non minore importanza la scelta dell'ubicazione e del nome dell'attività. Non è infatti un caso che le gelaterie maggiormente frequentate siano situate in tutte le città tedesche in “posizioni strategiche”, ossia nelle zone pedonali, nelle piazze, nelle vie o nei quartieri di maggior afflusso, o nei centri commerciali, per chi opta per l'apertura tutto l'anno. Ai nomi di famose città e località venete (*Venezia, Rialto, Cortina, Dolomiti, Cristallo, Riva, Adria*), si alternano quelli della famiglia fondatrice (*Sarcletti, Calchera, Rigoni, Bortolot, De Pellegrin, Fontanella, Dal Cin, Panciera*) o denominazioni con una forte funzione appellativa, come ad esempio *Dolce, Pinocchio, Crema gelato, Caffè e gelato* (cfr. Campanale, 2006a: 109 e Campanale, 2018: 109).

A Monaco, come in altre città tedesche, alcune gelaterie ebbero dapprima la funzione di “aggregazione” sociale: da una parte erano il luogo d'incontro privilegiato delle famiglie tedesche con bambini, soprattutto la domenica, visti i bassi costi dei prodotti e il clima informale e meno rigido rispetto ai locali tedeschi.

Il loro successo, così come quello dei ristoranti italiani, è dovuto al fatto di essere accessibili ad un ampio segmento della popolazione tanto da diventare un'istituzione nel paesaggio gastronomico della Germania federale: un luogo transnazionale o translocale in relazione ai piatti serviti, all'atmosfera e alla loro dimensione sociale e immaginaria (cfr. Möhring, 2018: 85-86):

<sup>35</sup> Si veda anche Campanale (2006c: 59).

<sup>36</sup> Si veda anche Campanale (2006c: 59-60).

9. [...] I tedeschi non potrebbero stare senza le gelaterie, sono i locali per le famiglie, ci sono clienti fissi da anni, sono affezionati a noi (U 39 STAG FREISING / DE ESSEN - BL FORNO DI ZOLDO)

Dall'altra, esse fungevano, come alcuni ristoranti, soprattutto nei primi anni del secondo dopoguerra, anche da “centro associativo e ricreativo” per la comunità italiana, a quel tempo ancora molto disorientata e poco integrata (Campanale, 2006a: 103):

[I]l successo del cibo italiano e dei [suoi locali] [...] sulla scena internazionale non deve far dimenticare che [essi] [...] nascono e vivono nelle numerose asimmetrie della migrazione e nei processi di emarginazione/integrazione degli immigrati, con i connessi processi di rappresentazione: fra una reale emarginazione delle persone e delle comunità migranti - dove [...] funzionano come enclaves protette, come luoghi di custodia dell'identità e di visibilità sociale, oltre che come ponti fra il noto e l'ignoto - [...]. [...] [Essi] [...] [diventano] luogo di autorappresentazione mimetica, [...], ma anche come luoghi di memoria [...] della diaspora, elementi simbolici delle comunità italiane all'estero, [...] (Borrelli, De Iulio, Stazio, 2018: 14;16).

Non da ultimo «alcune gelaterie storiche ebbero, inoltre, una valenza culturale e sociale, [attirando] importanti personalità del mondo dell'arte e della cultura italiana. [A Monaco] [P] *Eiscafé Rialto* [nella *Leopoldstrasse*, così come l'*Eiscafé Venezia*] fu, ad esempio, anche punto d'incontro, non solo di fedeli *Stammgäste* (clienti abituali), ma anche luogo d'arte e cultura [...] [, frequentato da] famose personalità italiane e straniere del mondo dello spettacolo, come Vittorio De Sica, Peppino di Capri, Adriano Celentano e molti altri» (Campanale, 2018: 110)<sup>37</sup>:

10. B: beh c'è sempre stato qua un via vai [...] di personalità politiche, i vecchi sindaci da Strauss [...], ma più che altro il Rialto era nel quartiere nostro lo Schwabing [...] il quartiere latino di Monaco [...] dove c'erano gli esistenzialisti  
B: sì perché quando uno veniva in Germania anche per lavoro [...], chiedevano al consolato dove posso far base [...], dove posso trovar l'albergo, dove posso andare a mangiare anche per crearsi una sicurezza, [...], [...] allora venivano al Rialto [...] ci sono stati parecchi personaggi [...], no so De Sica [...], Beppino di Capri è venuto qua ., [...] il Giornale è nato qui a Rialto  
B: e sicché qui era la base diciamo anche culturale [...] mi ricordo che venivano degli artisti, dei pittori [...], facevamo l'esposizione di quadri nelle nostre pareti, [...], li portavano su dall'Italia e si faceva la mostra di un mese di due mesi poi  
A: quindi era un centro culturale?  
B: ma [...] era un po' un centro culturale anche sì un posto di ritrovo però era più un pied-à-terre [...] dove si trovava sta gente che veniva su, che aveva bisogno di trovarsi fra di noi, perché eri ospite a casa di uno a cui avevi fatto uno sgarbo insomma (U 51 STAG MONACO / BL LONGARONE)

Tra le strategie di “sopravvivenza” dell'indotto, la capacità “camaleontica” di adattamento, per cui accanto alla piccola gelateria tradizionale spesso stagionale e a conduzione familiare, in cui si vende solo gelato, da anni le attività, per poter restare aperte tutto l'anno, oltre ai gelati che si innovano nei gusti e nelle definizioni, smerciano anche i prodotti tipici della caffetteria (caffè, bibite, dolci, croissant, toast, panini, pizzette) (cfr. Campanale, 2006a: 68), ma ultimamente, alcune possono offrire anche un paio di piatti

<sup>37</sup> Cfr. Campanale (2006a: 103).

della gastronomia “veloce” (insalatone, carpaccio, caprese), accompagnati dai nostri vini, come il prosecco, oltre a famosi aperitivi, come lo *spritz*<sup>38</sup>:

11. B: noo adesso si sono allungate le stagioni [...] ormai una volta se il gelatiere era gelatiere al novanta per cento perché aveva forse un po' di coca-cola un'aranciata e qualche volta il caffè oggi la gelateria pura non esiste quasi più neanche in Germania [...] (U 51 STAG MONACO / BL LONGARONE)

Per meglio esemplificare quanto sopra esposto, abbiamo deciso di presentare una gelateria “storica” di Trier (Treviri), ridente città tedesca di origine romana, di medie dimensioni (sui 110.000 abitanti) della Renania-Palatinato.

Le informazioni del sito (<https://www.calchera.de>) evidenziano la lunga storia della famiglia Calchera (fu la prima gelateria italiana ad aprire a Treviri già nel 1937, offrendo l’“originale” gelato italiano) che si fonda a sua volta sulla centenaria tradizione delle valli dei gelatieri del Bellunese (Val di Zoldo), seguendo le “antiche” ricette artigianali tramandate dai “maestri gelatieri” (cfr. Campanale, 2014a: 47), ma allo stesso tempo, impiegando tutti i giorni prodotti freschi e di altissima qualità, con uno scrupoloso rispetto delle norme igieniche e servendosi di macchinari efficienti e moderni<sup>39</sup>.

Alla forza della tradizione, che si rispecchia nella presentazione delle varie tappe dell’epopea familiare, supportate da una vasta collezione di foto d’epoca, la famiglia Calchera, proprietaria di ben tre locali posizionati nel centro storico di Treviri nelle zone di maggior afflusso, sa che per contrastare la concorrenza (tra cui quella del gelato industriale<sup>40</sup>), deve adeguarsi all’evoluzione del mercato, proponendo altri prodotti, oltre al gelato “tradizionale”, che incontrino a seconda della stagione, i gusti di una clientela sempre più internazionale, data la vicinanza della città al Lussemburgo e alla Francia, come i *waffel* belgi e le famose *crêpes* francesi dolci e salate, da gustare con una delle tante specialità di caffè dall’originale miscela italiana o in estate con frappè, frullati, vitaminici *smoothies* o sorseggiando uno dei famosi aperitivi della tradizione veneta.

Alla varietà di gusti e proposte gastronomiche che consentono al locale di accogliere i clienti a tutte le ore e tutto l’anno, si accompagna un’innovazione dal punto di vista dei macchinari e delle strategie di marketing e vendita (noleggio di un carrettino con alcuni gusti di gelato in occasione di feste o altri anniversari o un buono da regalare a parenti e amici), oltre a, nel 2017, un’accurata modernizzazione dei locali accessibili anche ai disabili.

Dal punto di vista pragmalinguistico, il ricorso nel sito a espressioni italiane come «*Gelato tradizionale italiano; La dolce vita; Bella Italia; Sei sempre il benvenuto; come una vacanza in Italia; Hmmm...fantastico!; Un caffè, per favore!; Con amore e passione!; Divertiti alla festa!; allora come oggi*», inserite volutamente a conclusione dei principali capoversi, serve a provocare maggior empatia e identificazione del cliente con l’autentica provenienza italiana del prodotto, a cui sono associati anche i gradevoli suoni della lingua italiana, per creare l’illusione di un breve viaggio nel nostro paese:

la citazione di una parola straniera può rivelare motivazioni pragmatiche diverse, dall’evocazione di una realtà culturalmente specifica al compiacimento ludico o espressivo spesso insito nella riproduzione di elementi linguistici esotici (Rovere, 2009: 163).

<sup>38</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2015/09/quo-vadis-eiscafe/>.

<sup>39</sup> Per maggiori dettagli sulla storia della gelateria Calchera si veda anche Campanale (2014a: 47).

<sup>40</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2019/05/der-erfolg-mit-den-eis-liebhabern/>.

È evidente che la potenza evocativa e appellativa di un'oculata scelta lessicale si connetta alla semantica del piacere, del relax e del divertimento, ma anche all'alta qualità di vita che l'Italia, con alcuni suoi prodotti, risveglia ancor oggi nell'immaginario tedesco. Pertanto, anche la gelateria diventa quel luogo "ideale", in cui poter, attraverso i sapori, i suoni e le immagini del nostro Bel Paese, ritornare con la memoria al ricordo di una piacevole vacanza italiana o, se non altro, per chi non può permettersela, fungere da delizioso sostituto (cfr. Möhring, 2018: 82).

L'italianità viene, inoltre, ribadita attraverso alcuni noti italianismi come «*Espresso*, *Cappuccino*, *Affogato*, *Latte Macchiato*» presenti sia nel testo del sito, sia nel listino, così come tramite la frase «L'arte del Gelato Italiano» visibile anche sotto l'insegna interna del locale. Sul tendone esterno del negozio da asporto nella *Simeonstraße* 28, sul lato sinistro, è riportato in italiano lo slogan del locale «Gelato italiano naturale dal 1937», prima della versione tedesca «italienisches Eis seit 1937».

Pertanto, anche nel *linguistic landscape* di una città tedesca di medie dimensioni come Treviri, l'italianità si manifesta attraverso tali simboli, «segnal[i] distintiv[i] di identità», ma anche di «prestigio» di determinate attività italiane (Bellinzona, 2018: 298):

Studi condotti nel 2017 in un quartiere di Berlino mostrano che i ristoranti propongono un'esperienza di "italianità" non solo attraverso un'offerta di aromi e sapori, ma anche tramite riferimenti verbali, e non verbali, [...]. Un'ampia gamma di dispositivi di comunicazione è utilizzata per creare un'ambientazione che evochi l'Italia, per trasformare un luogo urbano ordinario in uno spazio tematico italiano, in uno scenario che può essere definito come una costruzione plurimediale e intertestuale [...] (Borrelli, De Julio, Stazio, 2018: 15).

## 5. ITALIANISMI E PSEUDOITALIANISMI CULINARI NELLA LINGUA E CULTURA TEDESCA

A differenza di quanto avviene per altre lingue europee, la diffusione degli italianismi non è ricollegabile «a periodi di predominio politico o economico, ma a fattori e momenti storici e culturali ed a particolari 'prodotti' della civiltà italiana»<sup>41</sup>, iniziando dal Medioevo fino ad oggi. Svariati gli ambiti culturali e disciplinari interessati a questo processo, partendo dalla finanza fino allo sport, così come diversi gli studiosi italiani e stranieri ad essersene occupati, tra cui, solo per citarne alcuni: Serianni (2008), Vedovelli (2005), Rovere (2008 e 2009), Heinz (2008 e 2017)<sup>42</sup>. Lodevole e prestigiosa la recente iniziativa (avviata dal 2014 e ancora in corso), relativa alla creazione di un "Osservatorio degli Italianismi" (OIM), progetto dell'Accademia della Crusca, coordinato da Luca Serianni e Matthias Heinz, con l'obiettivo di creare «un sistema di ricerche sugli italianismi nel maggior numero di lingue di contatto»<sup>43</sup>:

Il progetto OIM mira alla costituzione di una banca dati che possa raccogliere tutte le parole italiane e di origine italiana entrate nell'uso di altre lingue. [...] È pensato come punto di riferimento per la raccolta, verifica e condivisione

<sup>41</sup><http://web.unimol.it/vecchio%20sito%20unimol/serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazioni/oneebd1.html>.

<sup>42</sup> Al momento ancora in corso di lavorazione, il volume *L'italiano nel mondo*, a cura di L. Serianni, L. Pizzoli e L. Rossi, con svariati saggi sulla presenza dell'italiano e degli italianismi in diversi ambiti (comunicazione pubblica, musica, scienza, commercio e finanza, arte e architettura, cinema e televisione, chiesa cattolica e religione, marineria). Cfr.: [https://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/speciali/mondo/rossi.html](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/mondo/rossi.html).

<sup>43</sup> <https://www.edizionidicrusca.it/scheda.asp?idv=575>.

di italianismi diffusi in diverse lingue del mondo. Nella banca dati confluirà il materiale già raccolto per il Dizionario di italianismi in inglese, francese e tedesco (DIFIT) diretto da Harro Stammerjohann [...], [...]: rientra negli obiettivi del progetto l'allargamento immediato ad altre tre importanti lingue neolatine (spagnolo, catalano e portoghese) alle quali vanno sommate ungherese e polacco, per cui esistono già ricerche avviate. [...] In un cerchio successivo andranno aggiunti poi l'albanese, il maltese e il russo oltre a lingue extraeuropee di grande rilievo come l'arabo e il cinese<sup>44</sup>.

Come abbiamo poc'anzi osservato, la presenza all'estero di termini di origine italiana provenienti dal mondo della cultura, della musica, della moda, del design e soprattutto della cucina sembra essere un processo ormai consolidato.

Già nel XVI secolo rinveniamo, in diverse lingue europee (spagnolo, francese, inglese), italianismi relativi alla gastronomia, come *maccheroni*, *mortadella* e *vermicelli*, ma anche *antipasto*, *polenta*, *lasagne*, mentre alla fine del XIX secolo si registrano in inglese parole come *pappardelle* e *panettone*.

Da fine Ottocento al primo trentennio del Novecento, in corrispondenza con la grande migrazione transoceanica, troviamo in Nord America vocaboli come «*lasagne* (1846), *salami* (1852), *risotto* (1855), *ricotta* (1877), *spaghetti* (1888), *mozzarella* (1911), *rigatoni* (1923), *scampi* (1923), *ziti*, *zucchini*, *prosciutto* (1929), *pizza* (1935)»<sup>45</sup>.

Tuttavia, sarà soprattutto negli ultimi decenni del Novecento, «grazie al rinnovato prestigio della nostra lingua nel mondo legato al successo internazionale dei prodotti *made in Italy*, sinonimo di eccellenza e di qualità<sup>46</sup>» che penetreranno all'estero vocaboli come *pizza*, *spaghetti*, *espresso* e *cappuccino*, *cannelloni*, *mortadella*, *panna*, *ravioli*, *risotto*, *salame*, *bruschetta*, *carpaccio*, *ciabatta*, *pesto*, *rucola*, *tiramisù*, *parmigiano*, *mozzarella*, *olio d'oliva*, *aceto balsamico*, *farfalle* e *tagliatelle*<sup>47</sup>.

Tra i neo-italianismi culinari diffusosi globalmente a partire dal 1980, la sottocategoria dei cosiddetti «gastronomi», tra cui, solo per fare alcuni esempi, «*tiramisù* (presente in almeno 23 diverse lingue su 66 censite), *pesto* (in 16 lingue), *carpaccio* (in 13 lingue), *bruschetta* (in 13 lingue), *rucola* (in 11 lingue)» (Gerolimetto, 2017: 10).

Negli ultimi anni assistiamo, inoltre, ad un fenomeno molto interessante, ossia alla creazione di falsi italianismi o «pseudoitalianismi, cioè parole inesistenti in italiano, [ma] create all'estero per associare al prodotto il fascino e il prestigio dell'italianità: così, negli Stati Uniti hanno preso piede alcuni nomi di bevande come *frappuccino* [...] uno dei prodotti di punta di una nota catena multinazionale di caffetterie), *mocaccino*, *freddoccino*»<sup>48</sup>.

Infine, Perissinotto (2015: 270) constata che il 38% degli italianismi rinvenuti in ambito inglese e angloamericano avrebbe origine dialettale o regionale, con termini provenienti per lo più dall'Emilia Romagna e dal Veneto, seguite da Campania, Lombardia, Sicilia e Toscana.

In merito alla definizione terminologica, con italianismo si intende «espressione, locuzione o costrutto proprio della lingua italiana, introdotto in un dialetto o in un'altra lingua» (De Mauro, 1999, s.v.), mentre Stammerjohann (2008: XI) riconosce come prestiti solo quelli individuati «come tali dalla lessicografia generale, moderna e storica, della lingua rispettiva».

È importante distinguere tra prestiti adattati, nel caso in cui «il fonema, entrando nella nuova lingua, subisce delle modifiche, adattandosi alla lingua d'arrivo, ad esempio

<sup>44</sup> <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/oim-osservatorio-degli-italianismi-nel-mondo/260>. Si veda anche <https://www.italianismi.org/contenuti/presentazione-dell-oim/27>.

<sup>45</sup> <https://www.viv-it.org/index.php?q=schede/7-2-italianismi-gastronomici>.

<sup>46</sup> *Ibidem*.

<sup>47</sup> *Ibidem*.

<sup>48</sup> *Ibidem*. Si veda a proposito anche l'articolo di Vedovelli (2005).

perdendo alcuni tratti o modificando la desinenza» oppure non adattato, quando «mantiene intatta la struttura originaria, portando con sé anche la grafia e le caratteristiche grammaticali estranee alla lingua d'arrivo» (Gerolimetto, 2017: 7).

Già Rovere (2009: 164) osservava la complessità «dell'integrazione delle parole straniere [...] sul piano lessicografico, [a causa] delle varie dimensioni in cui essa si articola [ , come] l'integrazione sociolinguistica [...], [...] semantica [...], [...] formativa[...], [...] flessiva [...], [...] grafematica [...], [...] fonemica [...], [...] grafica».

Per quanto concerne, invece, la penetrazione della nostra lingua nei vicini territori di lingua tedesca, diversi studiosi se ne sono occupati, tra cui Basile (1991: 33-46) che individua tra il Cinquecento e il Seicento uno dei momenti di maggior prestigio dell'italiano nella società tedesca. Sono di questo periodo italianismi come «*duca* (1574), *ministra* (1472-1473) e *monsignore* (1566)», mentre tra Seicento e Settecento si inseriscono vocaboli relativi al «mondo della musica, del teatro e delle arti figurative [...]» come *opera* (1680), *fortepiano* (1775), *violoncello* (1739) e *adagio* (1756) [ , ...] [oltre a] [...] parole della cucina come *spaghetti* o *maccheroni*» (Gerolimetto, 2017: 11).

Successivamente, sono sicuramente degne di nota, due differenti opere lessicografiche: il dizionario DIFIT diretto da Stammerjohann e il “*Nuovo Dizionario di Tedesco*” della Zanichelli, a cura di Luisa Giacomina e Susanne Kolb.

Il primo, pubblicato nel 2008 come “*Dizionario degli italianismi in francese, inglese, tedesco*” dall'Accademia della Crusca, è stato in seguito digitalizzato e integrato nel portale VIVIT (<https://www.viv-it.org/>)<sup>49</sup>. L'opera, nata dal lavoro pluriennale di diversi studiosi (Arcaini, Cartago, Galetto, Heinz, Mayer, Rovere, Seymer) «testimonia come la diffusione del lessico di una lingua, quella italiana, costituisca una prova della ricchezza di contatti con le altre lingue europee»<sup>50</sup>.

Nel “*Nuovo Dizionario di Tedesco*” della Zanichelli del 2009 si è proceduto, invece, sia a colmare «le carenze di informazioni a livello sintagmatico riscontrabili nei dizionari di tipo tradizionale [...] [ ] [sia] ad un'accurata registrazione della fraseologia, [...] dal punto di vista dell'ordinamento, [...] [così come] delle informazioni sintattiche, semantiche e pragmatiche che accompagnano i fraseologismi» (Giacomina, 2014: 83-84).

Nel suddetto vocabolario, già nella versione del 2009, si registrano italianismi, come ad esempio *Cappuccino*, *Casanova*, *Dolce Vita*, *Espresso*, *Mortadella*, *Pizza*, *Rucola*, *Spaghetti*. Sono presenti, inoltre, anche alcuni pseudoitalianismi, impiegati nella lingua colloquiale e nel gergo giovanile tedesco, come «*picobello* (perfetto, in ordine) [e] [...] *alles paletti* (tutto ok), [...]»<sup>51</sup>.

In merito a quest'ultima espressione, Rovere (2009: 162) sostiene che «non appaiono improbabili l'esistenza di un rapporto associativo, almeno sul piano formale, con l'italiano, e la tendenza a interpretare la locuzione come italianismo», «a dimostrazione della forza che la [nostra] lingua [...] continua ad esercitare» (Ugolini, 2020).

Soprattutto in ambito pubblicitario e commerciale, si ricorre volentieri in Germania a italianismi o alla creazione di neologismi dall'effetto italianizzante per promuovere determinati prodotti, in quanto «la lingua italiana è attraente, piace, crea atmosfera [ ] [...] contrappone[ndo] al predominante ‘american way of life’ un altro paradigma di globalizzazione, e precisamente quello della civiltà italiana» (Ugolini, 2020).

Non è infatti un caso che prestigiose ditte tedesche, come la Maggi o la Milka, propongano tutta una serie di articoli che evocano con i loro suoni italiani, come ad

<sup>49</sup> <https://www.edizionidicrusca.it/scheda.asp?idv=575>.

<sup>50</sup> <http://web.unimol.it/vecchio%20sito%20unimol/serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazionebd1.html>.

<sup>51</sup> [http://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnAgenzia/2009/10/12/Cronaca/ITALIANO-MAMMAMIA-NEL-VOCABOLARIO-TEDESCO-CON-RUCOLA-E-BRUSCHETTA\\_143929.php](http://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnAgenzia/2009/10/12/Cronaca/ITALIANO-MAMMAMIA-NEL-VOCABOLARIO-TEDESCO-CON-RUCOLA-E-BRUSCHETTA_143929.php).

esempio «Nussini» (Konradt, 2014: 65), «tratti estetici [quali] [...] l'eleganza, il lusso, la raffinatezza che compongono l'immagine dello stile di vita italiano» (Rovere, 2009: 165).

Dolciumi, biscotti sembrano venderli meglio in Germania se si ricorre a riferimenti italiani, come Giotto, Raffaello o Leonardo, oppure per le automobili “Polo”, “Mondeo”, “Vento”, “Sirocco”. Anche la famosa ditta Tchibo, colosso tedesco per la vendita di caffè, «ha lanciato tempo fa una linea di cialde battezzate ‘cafissimo’, con un superlativo pseudo-italiano che nell’immaginario collettivo deve evocare sapori squisiti» (Ugolini, 2020):

La sensazione è che una desinenza vagamente italianeggiante conferisca subito una nota mediterranea di calore e fascino anche al più brutto nome di un qualsiasi prodotto: basta un -issimo, -ino, -ello, o -one per addolcire e ingentilire, magnificare e ottimizzare, [...] anche la più scadente proposta gastronomica o commerciale [, per cui] [...] [i] negozianti sia italiani sia tedeschi con le loro insegne “italianeggianti” sfruttano la disponibilità del suono italico, [...] avval[endosi] di una musicalità allusiva che favorisce piacevoli associazioni (Ugolini, 2020).

### 5.1. *Italianismi e pseudoitalianismi nella lingua e cultura tedesca: il contributo della gelateria italiana*

Nel 2009, Rovere aveva conteggiato, consultando la versione elettronica del Duden-GWDS, ben 1888 parole di origine italiana<sup>52</sup> (un numero consistente, se paragonato a quello di altre lingue), tra italianismi diretti, indiretti, calchi, ibridismi e deonomastici (Rovere, 2009: 160), di cui diversi provenienti dall’ambito della gastronomia italiana, «a testimonianza della penetrazione profonda che la cucina *made in Italy* ha realizzato in Germania» (Ugolini, 2020):

[Ciò si deve] soprattutto [a]i tanti connazionali che si sono trasferiti a vivere nei decenni scorsi sul suolo tedesco esportando la loro lingua insieme con i loro prodotti, abitudini e tradizioni (Ugolini, 2020).

A questo ambito appartiene sicuramente anche il mondo della gelateria italiana che ha fornito negli ultimi anni un suo indiscusso contributo. Per la nostra ricerca ci siamo basati principalmente sulla rete che consente di raccogliere un’enorme quantità di informazioni di diverso genere, in quanto:

[r]imane indubbio che per l’individuazione degli italianismi in tedesco e la loro descrizione lessicografica, i dizionari costituiscono una fonte comoda e per molti aspetti insostituibile. Tuttavia, il ricorso a fonti primarie è altrettanto indispensabile quando lo studio degli italianismi è volto a descrivere il loro grado di integrazione, le loro funzioni semantiche e pragmatiche, in altri termini il loro uso (Rovere, 2009: 166).

Per ovvi motivi, abbiamo deciso di circoscrivere la nostra ricerca ad una città di media grandezza, di nostra diretta conoscenza, ossia Trier (Treviri), di cui abbiamo già parlato nei capitoli precedenti, presentando le gelaterie della famiglia Calchera.

<sup>52</sup> Nella versione del DIFIT del 2013 sono stati invece rilevati complessivamente 8951 italianismi, a ulteriore conferma dell’importanza della nostra lingua nella cultura tedesca.

Tramite il motore di ricerca Google, digitando “gelaterie italiane a Trier” (Treviri)<sup>53</sup> abbiamo individuato alcuni dei principali locali presenti nel centro città, la loro posizione, eventuali foto con didascalie inserite anche dai clienti e i prodotti offerti nel listino (da menu), oltre alle lavagne interne ed esterne (vedi Tabella 1), estrapolando di volta in volta gli italianismi o i pseudoitalianismi presenti.

Dagli articoli selezionati dal 2015 al 2019 dal sito dell'UNITEIS<sup>54</sup>, associazione di categoria che tutela gli interessi dei suoi soci gelatieri dal 1969<sup>55</sup>, abbiamo, inoltre, cercato di individuare la presenza e frequenza di vocaboli di origine italiana, per esaminare l'apporto lessicale fornito dalla gelateria italiana alla lingua tedesca (vedi Tabella 2)<sup>56</sup>.

Alla fine abbiamo incrociato i dati e verificato quali elementi, raggruppati per campi semantici (bevande, gelati, dolci, locali etc.) fossero indicati nel vocabolario DIFIT (versione 2013)<sup>57</sup> e nell'ultima versione on-line del DUDEN<sup>58</sup>, vocabolario tedesco che fornisce informazioni dettagliate sulla pronuncia, sull'ortografia, sulla grammatica e sul significato di una parola (e relativi sinonimi), sulla sua provenienza, così come sul suo corretto impiego<sup>59</sup> (vedi Tabella 3).

Tabella 1. *Italianismi presenti in alcune delle gelaterie italiane di Trier città*

| NOME + INDIRIZZO<br>GELATERIA                               | ITALIANISMI  |
|---|--|
| <b>Eiscafé Calchera GmbH</b><br>Simeonstraße 54             | Caffè, Espresso, Ristretto, Caffè Americano, Latte Macchiato, Cappuccino, Tiramisù, Panna cotta, Coppa/Coppe speciali, Coni, Coppette, Stracciatella, Biscottino-Becher, Tricolore-Becher, Pinocchio-Becher, Bevande, Maraschino-Likör, Nescafé Frappé, Frappé Cappuccino, Affogato al Caffè, Spaghetti Eis, Campari Orange, Tiramisu, Caffé Dolce Baileys, Caffé Dolce Zabajone, Caffé Dolce Tiramisù, Marocchino, <i>Frappuccino</i> (pseudoitalianismo) |
| <b>Gelateria Calchera</b><br>Simeonstraße 28                |  |
| <b>Dolomiti Eis &amp; Café</b><br>Fleischstraße 66          |  |
| <b>Ital. Eiscafé Rigoni</b><br>Paulinstraße 43              | Gelato Misto, Carbonara Spaghetti Eis, Kinderspaghetti, Pinocchio, Espresso  |
| <b>Veneziano Due</b><br>Fleischstraße 62 (Trier<br>Galerie) | Gelato, Spaghetti Olive, Spaghetti Carbonara, Pinocchio Becher, Coppa Bounty, Cappuccino Italiano  |
| <b>Eiscafé Dolomiti</b><br>Nagelstraße 32                   | (solo foto gelati senza didascalie)  |
| <b>Eiscafé – Bistro Siena</b><br>Fleischstraße 18           | <b>Gusti gelato</b> (Stracciatella, Malaga, Amarena, Melone), Pinocchio, Spaghetti Amarena, Spaghetti Bonito, Spaghetti Neri, Spaghetti Carbonara, Stracciatella Becher, Amarena Becher, Raffaello Becher, Malaga Becher, Amaretto Becher, Coppa Melone, Lasagne Eis, hausgemachtes Tiramisu, Cappuccino, Cappuccino Moretto, Cappuccino Saronno, Cappuccino Baileys,  |
| <b>Eiscafé Siena</b><br>Brotstraße 29                       |  |

<sup>53</sup> Per comprendere la notevole quantità di locali italiani a Treviri e dintorni, basta far riferimento ai numeri, dato che si possono contare oltre a 45 ristoranti-pizzerie e 27 gelaterie, a dimostrazione dell'attrazione esercitata dal cibo italiano in area tedesca.

<sup>54</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/...>

<sup>55</sup> Cfr. <https://www.uniteis.com/12-luglio-1969/2019/10/12-luglio-1969-nasce-uniteis-e-v/>.

<sup>56</sup> I vocaboli della Tabella 1 e della Tabella 2 sono stati inseriti seguendo l'ordine di apparizione e non alfabetico.

<sup>57</sup> <http://difit.italianismi.org/piattaforma>.

<sup>58</sup> <https://www.duden.de/dudenonline/>.

<sup>59</sup> Cfr. <https://www.duden.de/woerterbuch>.

|  |  |
|--|--|
|  | Cappuccino Piemonte, Cappuccino Firenze, Cappuccino Venezia, Cappuccino Verona, Latte Macchiato, Latte Saronno, Latte Baileys, Latte Piemonte, Latte Firenze, Latte Venezia, Latte Verona, Espresso, Mokamba mit Amaretto, Bombardino mit Grappa, Caffè dello Chef, Campari Orange, Aperol Spritz (Prosecco mit Aperol), Mezzo Mix (Sprite, Fanta) |
| <b>Eiscafé Valentino</b><br>Neustraße 45 | Cappuccino, Latte Macchiato, Amarena Becher, Amaretto Becher, Spaghetti Schoko, Raffaello Tüte, Raffaello Becher   |

Dalle informazioni della Tabella 1 confermiamo quanto già osservato nei precedenti capitoli: la maggior parte delle gelaterie italiane si trova nelle due vie principali di Treviri (la *Simeonstraße* e la *Fleischstraße*) che attraversano perpendicolarmente la zona pedonale del centro città e sono pertanto collocate in una posizione “strategica”, in quanto di maggior afflusso di clientela, vicine a banche, centri commerciali e grandi magazzini.

In merito alle denominazioni dei locali, quelli di antica tradizione, al termine tedesco *Eiscafé*, e talvolta anche italiano *Gelateria*, fanno seguire i cognomi della famiglia fondatrice, come nel caso di *Calchera* e *Rigoni*. Altre ricorrono a noti riferimenti geografici di famose città o località venete, come *Veneziano Due*, *Dolomiti*, riferibili all’area di provenienza iniziale dei gelatieri, ossia il Veneto e in particolare le montagne del Bellunese (Cadore e Val di Zoldo). Di più recente costituzione le attività che richiamano comunque alla mente l’Italia, con nomi come *Valentino* o altre note città italiane, come *Siena* (cfr. Campanale, 2006a: 108-109), probabilmente aperte da persone di altra nazionalità.

Relativamente alla tipologia di prodotti offerti, al primo posto troviamo ovviamente i gelati con tutte le possibili variazioni, soprattutto per quanto riguarda le coppe, in cui si distinguono diversi italianismi, secondo lo schema morfologico tedesco dei sostantivi composti, per cui a sinistra il vocabolo italiano riferito ad alcuni gusti di gelato, come *Amarena*, *Amaretto*, *Malaga*, *Stracciatella*<sup>60</sup>, mentre il secondo termine è tedesco (*Becher* che traduce la nostra coppa o *Tüte* per cono). Fanno eccezione, tuttavia, due tipologie di coppe, in cui si ricorre al vocabolo e alla costruzione italiana, come in *Coppa Bounty* e *Coppa Melone*. Si impiega, inoltre, l’italiano per le coppe per i bambini con il riferimento a *Pinocchio* o per attirare i clienti, con vocaboli che evocano l’Italia, come *Biscottino*, *Raffaello*, *Tricolore*.

In tutte le gelaterie è inoltre presente un prodotto molto gradito ai tedeschi, lo *Spaghettieis*, creazione geniale di un gelatiere veneto di Mannheim, Dario Fontanella, che, già negli anni ’50, si inventò un gelato che avesse la forma degli spaghetti, un esempio di ibridazione di successo, dato che oggi, da alcune gelaterie, viene proposto con diverse variazioni che ricordano comunque i piatti di pasta italiana più conosciuti dai tedeschi<sup>61</sup>. Ecco che troviamo gli *Spaghetti Carbonara*, ma anche *Carbonara Spaghetti Eis*, *Spaghetti Neri*, *Spaghetti Olive* o le *Lasagne Eis*. Nei casi sopra riportati, come già evidenziato da Gerolimetto (2017: 107), nella composizione dell’italianismo viene eliminata la preposizione italiana “a” (in italiano si dice “spaghetti alle olive” o “spaghetti alla carbonara”). Inoltre, le nuove costruzioni hanno perso, dal punto di vista lessicale e semantico, il riferimento alla nostra cultura, in cui gli spaghetti sono un primo piatto di pasta e non di certo un gelato.

<sup>60</sup> Secondo una recente indagine dell’UNITEIS, nella top ten dei gusti di gelato più graditi ai tedeschi nel 2021, troviamo al terzo posto la Stracciatella (cfr. <https://www.uniteis.com/de/uniteis-de/2021/07/die-top-ten-der-eissorten-2021/>).

<sup>61</sup> <https://www.waltrop-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-1650076-11000028769/>.

La famosa coppa gelato *Spaghetti* si può quindi considerare un esempio di commistione italo-tedesca per quel doppio richiamo simbolico all'Italia<sup>62</sup>, dato che, come osserva Montanari (2004), «la cucina è il luogo dell'ibridità e dello scambio, la negoziazione delle identità in un'interazione dialogica con l'altro»<sup>63</sup>.

La seconda categoria di prodotti rinvenuti nelle gelaterie esaminate è relativa agli articoli tipici della caffetteria italiana, come *Caffè, Cappuccino, Espresso, Latte Macchiato*, nelle più svariate creazioni, come testimoniato dalle combinazioni lessicali rilevate, in alcuni casi rafforzate da un ulteriore riferimento all'Italia, come in *Cappuccino* o *Latte Macchiato Firenze, Piemonte, Venezia, Verona*.

Sono inoltre presenti anche alcuni neologismi, ormai diffusi anche in Italia, come *Frappuccino* e *Mezzzo Mix*, quest'ultimo riferito alla tipica bibita tedesca composta da metà *Sprite* e metà *Fanta*. Da alcuni anni non mancano nelle gelaterie anche alcuni dei nostri aperitivi, come lo *spritz* all'aperol (*Aperol Spritz*) o il *Campari Orange*; conosciuti dal pubblico tedesco anche il prosecco e la grappa. Infine, la categoria dei dolci, a parte il famoso *Tiramisù* scritto perlopiù senza accento, non risulta, invece, essere particolarmente rappresentata nel nostro campione:

Tabella 2. *Italianismi presenti nel sito dell'Uniteis* (<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/>)<sup>64</sup>

| TITOLO + DATA ARTICOLO  | ITALIANISMI<br>(CON RELATIVA FREQUENZA PER ARTICOLO)   |
|---|--|
| <i>Quo vadis, Eiscafé?</i><br>(15 September 2015) <sup>65</sup>       | Caffè-Bar, Gelateria, die Caffetteria, der Caffè (2 volte), Crostini, Tramezzini, Cappuccino, Aperitivo, Carpaccio, Insalata Caprese, Gelato   |
| <i>Gelato, Genuss all'italiana</i><br>(9 November 2015) <sup>66</sup> | das Gelato (6 volte), all'italiana (2 volte), Pizza, Spaghetti, Dolci, die Gelatieri, "aggiustare la bocca"  |
| <i>Auswärts essen</i><br>(27 Januar 2016) <sup>67</sup>               | der Gelatiere, die Gelatieri, Espresso, Cappuccino, Osteria Italiana   |
| <i>Cappuccino und Latte Macchiato</i><br>(19 März 2016) <sup>68</sup> | der Cappuccino (7 volte), Latte Macchiato (5 volte), Kaffeespezialitäten all'italiana, der Latte (2 volte), Espresso-Basis, Espressomaschine (2 volte), der Espresso (5 volte), Macchiato (2 volte), der Barista, ein Barista-Kurs |
| <i>Eine süße Geschichte</i><br>(13 Mai 2016) <sup>69</sup>            | die Pasta, der Gelatiere   |

<sup>62</sup> *Ibidem*.

<sup>63</sup> Inizialmente erano presenti processi di ibridazione in diversi piatti italiani, tra cui anche alcuni dessert, in quanto i ristoratori italiani cercavano di adattare le pietanze al gusto dei tedeschi, anche se in parte questo fenomeno era dovuto alla mancanza di alcuni ingredienti in Germania, per cui il risultato fu una fusione italo-tedesca con un registro semplificato (cfr. Möhring, 2018: 83-84).

<sup>64</sup> Dal suddetto sito dell'UNITEIS risulta che la maggior parte degli articoli qui di seguito riportati siano stati divulgati anche tramite la rivista tedesca di settore "A tavola" che si occupa di cucina italiana. Dal punto di vista linguistico, ciò comporta una maggiore diffusione e circolazione dei termini di origine italiana in Germania.

<sup>65</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2015/09/quo-vadis-eiscafe/>.

<sup>66</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2015/11/gelato-genuss-allitaliana/>.

<sup>67</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/01/auswärts-essen/>.

<sup>68</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/03/cappuccino-und-latte-macchiato-2/>.

<sup>69</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/05/eine-suse-geschichte-2/>.

|   |   |
|---|---|
| <b>Über Speiseeis</b><br>(27 Juni 2016) <sup>70</sup>   | Pistacchio, Latte Macchiato   |
| <b>Eislawinen – unterwegs nach Norden</b><br>(6 Juni 2017) <sup>71</sup>  | das Gelato (4 volte), Gelato <i>to go</i> , der Gelatiere, die Gelatieri  |
| <b>Das Gelato erobert die Welt<br/>Ein Spiegel der Emigration aus<br/>Veneto und Sizilien</b><br>(4 Mai 2018) <sup>72</sup>                 | das Gelato (3 volte), Gelato originale italiano, der Gelatiere (2 volte), die Gelatieri (3 volte), die Gelateria  |
| <b>Eis, Caffè... und was noch?<br/>Wenn die Bezeichnung hochwertiges<br/>Programm wird</b><br>(4 Mai 2018) <sup>73</sup>                    | Caffè (3 volte), des Caffè-Genusses, die Caffè-Spezialitäten, der Cappuccino, der Espresso, Espressomaschine, beim Gelato, in Sachen Gelato, die Gelato-Theke, die Gelateria, die Gelaterie, der Gelatiere, der Maestro Gelatiere, der Barista, der Cannolo Siciliano, das Tiramisù, das Tiramisu, die Profiteroles, die Ristoranti |
| <b>Frappé, Sorbetto und Co Die<br/>italienische Art, sich ganz cool durch<br/>den Sommer zu schlürfen...</b><br>(6 Juli 2018) <sup>74</sup> | Frappé (2 volte), Sorbetto, Sorbetti (3 volte), Welt des Gusto, Aperitivi, Frullati, und dann... salute! Gran Gelato (2 volte), der Shakerato, Espresso-Cocktail, Espresso (2 volte), Caffè, der Affogato, eine Kugel Gelato  |
| <b>Der Erfolg mit den Eis-Liebhabern<br/>Süßer Genuss ist Programm - ob<br/>handwerklich oder nicht</b><br>(24 Mai 2019) <sup>75</sup>      | Gelato originale italiano, Gelateria  |

L'analisi linguistica della Tabella 2 ci conferma alcune caratteristiche presenti anche nella precedente, ossia che in ambito ortografico si assiste ad una «relativa conformità [...] tra lingua modello e prestito» (Perissinotto, 2015: 275), a parte l'integrazione ortografica nel sistema tedesco, per cui tutti i sostantivi vengono scritti con la maiuscola, come già evidenziato da Gerolimetto (2017: 102-103). Per essere più precisi questo fenomeno viene generalizzato e si estende a tutto il gruppo nominale, coinvolgendo anche il vicino aggettivo, come in *Gran Gelato*, *Latte Macchiato*, *Osteria Italiana*, con eccezione dell'espressione *Gelato originale italiano* e della combinazione con l'anglicismo *Gelato to go*.

In merito alla permanenza o meno dell'accento grafico in parole come *Tiramisu*, «è possibile considerare la loro rimozione una forma di integrazione nella lingua replica [mancando segni diacritici nella lingua tedesca]; la loro presenza può essere invece attribuita alla volontà di manifestare l'estraneità del termine» (Perissinotto, 2015: 275).

A livello di morfosintassi esistono esempi di congruenza rispetto al plurale italiano, come nel caso di *Espressi*, *Gelaterie*, *Gelatieri*, *Ristoranti*, ma anche di «adattamento morfosintattico secondario», con «terminazioni in -s per la formazione del plurale [come

<sup>70</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/06/uber-speiseeis/>.

<sup>71</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2017/06/eislawinen-unterwegs-nach-norden-2/>.

<sup>72</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/05/das-gelato-erobert-die-welt/>.

<sup>73</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/05/eis-caffe-und-was-noch/>.

<sup>74</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/07/frappe-sorbetto-und-co/>.

<sup>75</sup> <https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2019/05/der-erfolg-mit-den-eis-liebhabern/>.

in *Espressos*], o secondo le terminazioni della declinazione in tedesco (si trova sia *Pizzas* sia *Pizzen*)» (Gerolimetto, 2017: 107).

Frequenti anche i fenomeni, «in cui il prestito italiano è riutilizzato, in forma appositiva, accanto ad un lessema [tedesco]», come in *des Caffè-Genusses, die Caffè-Spezialitäten, Espresso-Basis, Espresso-Cocktail, Espressomaschine, die Gelato-Theke*<sup>76</sup>, per cui «[i]l processo di conversione è ulteriore conseguenza di una maggiore integrazione» (Perissinotto, 2015: 277). Analoga procedura, anche se con ordine inverso (il lessema tedesco precede quello italiano) in costruzioni come *eine Kugel Gelato, die Welt des Gelato, in Sachen Gelato*.

Anche Gerolimetto (2017: 106) osserva per l'area tedesca la presenza di numerosi “gastronomi” costituiti da «nomi composti, per lo più mistilingui, [...] secondo lo schema determinante/determinato, tipico del tedesco». Nel nostro campione troviamo soprattutto esempi secondo lo schema “determinante italiano+ determinato tedesco”.

Relativamente al genere dei sostantivi, nella maggior parte dei casi si fa riferimento a quello italiano, come in *der Barista, der Cannolo Siciliano, der Cappuccino, die Gelateria, der Gelatiere*, a parte con alcuni dolci ormai famosi in tutto il mondo, come *das Tiramisu*, in cui si ricorre al neutro. Anche *das Espresso* (nel senso di locale, in cui si serve l'espresso), *das Gelato, das Ristorante* sono neutri, probabilmente perché i rispettivi corrispondenti tedeschi lo sono, ossia *das Kaffeehaus, das Speiseeis o das Gefrorene e das Restaurant*. Tuttavia, non sappiamo, se l'impiego del vocabolo *Gelato*, al posto di *Speiseeis*, così come succede ad esempio per i vini italiani doc, abbia una valenza pragmacomunicativa e appellativa, che contraddistingue il gelato italiano artigianale da quello industriale e lo caratterizza per le sue qualità indistinguibili connesse ad una determinata zona di provenienza e ad una precisa e secolare tradizione produttiva, per cui:

le proprietà veicolate dall'italianismo gastronomico si pongono su due livelli: una pretesa tipicità locale ed un implicito richiamo ad una capacità manifatturiera. Per ‘tipicità locale’ si intende, [...], la compresenza di due fattori: la permanenza, nel tempo e nello spazio, di un nucleo di caratteristiche costanti ed essenziali alla sua definizione; la percezione dell'origine quale vincolata, storicamente e/o culturalmente, ad un luogo geografico specifico (Perissinotto, 2015: 289).

Secondo Gerolimetto (2017: 105), mentre gli italianismi di “lunga data” «hanno subito un processo di integrazione morfologica completo», in quelli più recenti si assiste invece ad «una progressiva non-integrazione dei termini italiani», come visibile anche nei diversi esempi sopra elencati che «non hanno subito consistenti modifiche»:

In particolare è stato notato che le strutture che tendenzialmente vengono tradotte nella lingua d'arrivo sono per lo più preposizioni. I nomi e gli aggettivi invece tendono a rimanere invariati o sono soggetti a forme di adattamento grafico o morfologico (Gerolimetto, 2017: 106).

A livello lessicale si assiste, pertanto, «[a]lla mimetizzazione del prestito all'interno del lessico indigeno» (Perissinotto, 2015: 277), mentre in ambito semantico, si possono osservare sia «mutazioni del significato a livello connotativo [con] un restringimento semantico [...] nel passaggio dalla lingua modello alla lingua replica, [come nel caso di] ‘espresso’, [con] il solo significato italiano di ‘caffè espresso’» (Perissinotto, 2015: 279):

<sup>76</sup> Nel suo campione anche Gerolimetto (2017: 103) segnala «la presenza del trattino che divide i nomi composti e si inserisce nella struttura tipica del tedesco determinante/determinato, ad esempio: *Rinder-Carpaccio* (S4), dove *Rinder* significa ‘manzo’».

il classico espresso che per gli italiani oltre che semplice bevanda rappresenta anche un momento di convivialità, che deve avere delle caratteristiche ben precise, tra tutte il fatto di essere servito in una tazza piccola, caldo, ristretto e dal sapore intenso. All'estero non solo il concetto di caffè ma anche di espresso viene rivisto e adeguato ai gusti degli abitanti (Gerolimetto, 2017: 109).

Viceversa, assistiamo anche a fenomeni di «ampliamento del significato» (Perissinotto, 2015: 280), come per il termine *Gusto* e l'espressione *all'italiana*, usati in ambito giornalistico o pubblicitario per identificare immediatamente l'italianità del prodotto o della situazione (cfr. Kornadt, 2014: 64):

La lingua tedesca, che stando ai dati raccolti nel corpus si è rivelata la più propensa ad accogliere italianismi, è anche quella che più favorisce i mutamenti semantici sia a livello denotativo che a livello connotativo [...] [come nel caso di pesto o di alcuni formaggi come la ricotta] [...] utilizzato per tutti i prodotti lattiero caseari dalla consistenza cremosa (Gerolimetto, 2017: 110).

Di certo, negli ultimi anni si assiste ad una «progressiva e persino tumultuosa estensione di italianismi [...] [a partire da] una base di italianismi tradizionali, che [...] sostiene e amplifica la diffusione delle parole: proprio a cominciare da termini 'classici' come spaghetti o espresso e caffè» (Perissinotto, 2015: 281). In merito a questi ultimi, nel DIFIT del 2008, in cui risultano 272 italianismi gastronomici, i nomi delle bevande sono al secondo posto (Perissinotto, 2015: 285). Anche nel nostro campione (Tabella 2) la classe semantica legata alle bevande a base di caffè risulta essere quella maggiormente rappresentata (cfr. Perissinotto, 2015: 287), con termini più volte ripetuti, come *Caffè*, *Cappuccino*, *Espresso*, *Latte Macchiato*, oltre a *Frappé* e *Frullati*. Tra le bibite non dobbiamo dimenticare gli aperitivi, con termini diatopicamente connotati, come *Prosecco* e *Aperol Spritz*<sup>77</sup>. Quest'ultimo è un tipico aperitivo veneto e friulano «a base di vino bianco, seltz e talora un liquore di vario tipo», che, dal punto di vista linguistico, può essere visto come esempio di «un cavallo di ritorno, cioè di un vocabolo passato a un'altra lingua e reintrodotta in un secondo tempo in quella originaria di solito in forma diversa e con evoluzione di significato» Si tratta, infatti, di un germanismo, che «deriva dal verbo tedesco *spritzen* 'spruzzare' e si spiega con il fatto che la bevanda è costituita originariamente da vino e da uno spruzzo di selz»<sup>78</sup>.

Segue la classe semantica che raggruppa altri piatti come *Carpaccio*, *Crostini*, *Insalata Caprese*, *Pasta*, *Pizza*, *Spaghetti*, *Tramezzini*, in cui ritroviamo alcuni italianismi classici e di lunga data, mentre, con un numero pressoché simile di termini, la classe relativa ai locali italiani in Germania (*Caffè-Bar*, *Caffetteria*, *Gelateria*, *Osteria Italiana*, *Ristoranti*); a seguire quella del relativo personale (*Barista*, *Gelatiere*, *Gelatieri*, *Maestro Gelatiere*), per finire con alcuni tipici dolci italiani come *der Cannolo Siciliano*, *die Profiteroles*, *das Tiramisu*.

Abbiamo inoltre rinvenuto tra i nostri esempi anche un pseudoitalianismo, come *Frappuccino*. Si tratta «[del]la *blended beverage* della catena Starbucks che, dal punto di vista tipologico, nasce dalla fusione di frappè segmentato in *fra-* e *-ppuccino*, *fore-clipping* di cappuccino» (Bombi, 2015: 85). Questo termine, molto diffuso nel mondo americano, è rinvenibile ormai anche in Italia e nell'italiano delle gelaterie tedesche, nella variante Frappé Cappuccino, come nel sito <https://www.calchera.de>.

<sup>77</sup> <https://cortmic.myblog.it/sprizz-in-germania/>.

<sup>78</sup> *Ibidem*.

I falsi italianismi gastronomici, che si stanno significativamente diffondendo all'estero, si basano sul fenomeno linguistico del «falso prestito» che «implica, pur sempre, il riconoscimento del valore attribuito dai parlanti alle lingue 'ispiratrici'» (Bombi, 2015: 84):

La vitalità del processo che porta alla creazione di falsi prestiti, la preferenza per una certa forma straniera rispetto ad una espressione endogena pur sostanzialmente equivalente dal punto di vista denotativo, il compiacimento che ne accompagna l'uso sono la prova tangibile del ruolo di prestigio attribuito dai parlanti alle lingue altre (Bombi, 2015: 84).

Tabella 3. *Italianismi del nostro campione presenti nei vocabolari e suddivisi per campi semantici*<sup>79</sup>

|  | DIFIT 2013  | DUDEN on line   |
|--|---|---|
| <b>Bevande</b>   |   |   |
| der Caffè,<br>die Caffè (pl.)  |   | X (dal 2006)<br>nel composto Caffè Latte  |
| der Cappuccino,<br>die Cappuccino[s] (pl.)   | X (sec. XX)<br>DUDEN 1999                                     | X<br>esiste anche la forma al plurale<br>Cappuccini   |
| der Espresso,<br>die Espressos o<br>Espressi (pl.)<br><br>das Espresso                   | X (sec. XX)<br>DUDEN 1999                                     | X<br>nel senso di caffè;<br><br>nel senso di piccolo locale in cui si<br>serve soprattutto l'espresso |
| der o das Ristretto<br>Ristretti (pl.)   | X (1806) + DUDEN 2000   |   |
| der/ die Latte<br>Macchiato,<br>die Latte macchiato[s] o<br>die Latte macchiato<br>(pl.) | X<br>(dall'inglese (1998) nel senso di<br><i>caffelatte</i> ) | X dal 2004<br><br>abbreviato in: der o die Macchiato,<br>die Macchiatos o die Macchiato<br>(pl.)      |
| das Frappé,<br>die Frappés (pl.)   |   | X<br>vocabolo dal francese  |
| der Amaretto,<br>die Amaretti  | X (DUDEN 2000)<br>nel senso di pasticcino e liquore           | X<br>al plurale come pasticcino   |
| der Aperol,<br>die Aperol (pl.)  |   | X<br>dal francese <i>apéro</i> , abbreviazione<br>per <i>apéritif</i> . Liquore italiano              |
| der Campari (Orange),<br>die Campari (Orange)<br>(pl.)                                   |   | X<br>nel senso di liquore   |
| der/die Grappa,<br>die Grappas o die<br>Grappa (pl.)                                     | X (DUDEN 1999)  | X   |

<sup>79</sup> Nella Tabella 3 sono stati inseriti esclusivamente i vocaboli del nostro campione (Tabella 1 e Tabella 2) rilevati in almeno uno dei suddetti vocabolari.

|   |  |   |
|---|--|---|
| der Maraschino(-Likör),<br>die Maraschinos (pl.)                              | X (1838) + DUDEN 2000<br>la variante <i>Maraskino</i> è obsoleta                             | X<br>nel senso di liquore   |
| der Prosecco,<br>die Proseccos o<br>Prosecchi (pl.)                           | X (dal 1876) + DUDEN 2000<br>Esempi: zwei Prosecco<br>la variante <i>Prosecco</i> è obsoleta | X   |
| <b>Gelati (alcuni gusti e coppe)</b>  |  |   |
| das Gelato,<br>die Gelati (pl.)   |  | X<br>dal tedesco meridionale e austriaco:<br>vocabolo obsoleto<br>origine italiana; nel senso di <i>das Gefrorene</i>                                     |
| der Gusto<br>die Gustos (raramente<br>al plurale)                             | X (sec. XVII)+<br>DUDEN 2000   | X<br>vocabolo soprattutto del tedesco<br>meridionale e dell'austriaco   |
| der Malaga,<br>die Malagas (pl.)  |  | X<br>nel senso di vino dolce spagnolo   |
| die Melone,<br>die Melonen (pl.)  | X 1556 (Melaunen pl., 1493<br>milon, 1508 Melauni pl.)                                       | X<br>esiste come frutto   |
| das Stracciatella (come<br>gelato)  | X (DUDEN 2000)   | X   |
| das Spaghettieis o<br>Spaghetti Eis   |  | X<br>«in Form eines Spaghettigerichts<br>serviertes Speiseeis» (gelato servito<br>a forma di spaghetti), anche scritto<br>alla tedesca <i>Spagettieis</i> |
| der Amaretto,<br>die Amaretti (pl.)<br><br>(Amaretto-Becher)                  | X (DUDEN 2000)<br>esiste come liquore e dolce  | X   |
| der Pinocchio<br><br>(Pinocchio-Becher)                                       |  | X<br>esiste come personaggio di un libro<br>per bambini, ma non come coppa<br>di gelato   |
| <b>Dolci</b>  |  |   |
| der Mascarpone,<br>die Mascarpone (pl.)                                       | X (1879) + DUDEN 2000<br>la forma <i>Mascarpone</i> è obsoleta                               | X<br>esiste come formaggio (ma non è<br>indicato al plurale)<br><br>esiste anche come ingrediente del<br>tiramisù   |
| die Pannacotta o Panna<br>cotta;<br>die Pannacotte o die<br>Panna cotta (pl.) |  | X   |
| das Profiterole,<br>die Profiteroles (pl.)                                    |  | X   |

|  |   |   |
|--|---|---|
| das Tartufo,<br>die Tartufos (pl.)   | X (DUDEN 2000)  | X   |
| das Tiramisu o<br>Tiramisù,<br>die Tiramisus (pl.)                               | X (DUDEN 2000)  | X   |
| das Tuttifrutti,<br>die Tuttifruttis (pl.)                                       | X (1860-65) pseudoprestito:<br>piatto, in origine italiano,<br>consistente in una specie di<br>macedonia<br>+ DUDEN 2000<br>la forma <i>Tutti-frutti</i> è obsoleta | X<br>esiste come dolce<br><br>esiste al plurale anche la forma die<br>Tuttifrutti   |
| <b>Altri piatti</b>  |   |   |
| das Carpaccio,<br>die Carpaccios (pl.)   | X (DUDEN 2000)  | X   |
| die Pasta, die Paste<br>(raro)   | X (XX sec.)   | X<br>origine italiana<br><br>esiste anche <i>die Pasta asciutta o<br/>Pastaasciutta, die Pasta asciutte o<br/>Pastaasciutte</i> (pl.), nel senso di piatto<br>di spaghetti italiano con ragù e<br>formaggio grattugiato |
| die Pizza, die Pizzas e<br>Pizzen (pl.)  | X (dal 1879)  | X (dal 1967)<br><br>fa parte del vocabolario della<br>certificazione B1 del Goethe-<br>Institut   |
| der Spaghetti,<br>die Spaghetts (pl.) o<br>die Spaghetti, die<br>Spaghetti (pl.) | X (dal 1999)<br><br>Es: Spaghetti bolognese   | X   |
| <b>Locali</b>  |   |   |
| die espressobar,<br>die espressobars (pl.)                                       |   | X   |
| die Gelateria,<br>die Gelaterie (pl.)  |   | X<br>termine soprattutto svizzero;<br>dall'italiano nel senso di <i>Eiscafé</i> , nel<br>DUDEN non è però inserito il<br>plurale<br>Esempi: in die Gelateria gehen  |
| die Osteria Italiana<br>die Osterias o Osterien                                  | X (1838) + DUDEN 2000   | X   |
| das Ristorante,<br>die Ristoranti (pl.)  | X (DUDEN 2000)<br>presente solo al singolare  | X<br>presente anche al plurale: die<br>Ristoranti   |

| Personale   |  |  |
|---|--|--|
| der / die Barista,<br>die Baristas o Baristi<br>(pl.) |  | X<br>nel senso di personale maschile o femminile che lavora in un <i>Espresso</i> bar                              |
| der Gelatiere,<br>die Gelatieri (pl.)                 |  |  |
| der Maestro Gelatiere                                 | esiste solo <i>Maestro</i> dal 1806 nel senso di <i>capo</i> . | esiste solo der <i>Maestro</i> , die <i>Maestros</i> o <i>Maestri</i> , nel senso di grande musicista, compositore |

Da un'analisi comparativa con i vocabolari esaminati (vedi Tabella 3), troviamo, tra il XIV e il XVII secolo solo i termini *Melone* e *Gusto*, mentre nel XIX il DIFIT attesta anche *Ristretto* (1806), *Maraschino* e *Osteria* (entrambi dal 1838), *Tuttifrutti* (1860/65), *Prosecco* (1876)<sup>80</sup>, *Mascarpone* e *Pizza* (entrambi dal 1879). Tra la fine del XX e gli inizi del XXI secolo si registrano, invece, i maggiori ingressi con vocaboli attinenti al mondo della caffetteria, come *Caffè Latte*, *Cappuccino*, *Espresso* e della ristorazione, come *Amaretto*, *Carpaccio*, *Grappa*, *Pasta*, *Ristorante*, *Spaghetti*, *Stracciatella*, *Tartufo*, *Tiramisu*.

Nel Novecento, mentre non sono più i termini dell'arte e della musica che si diffondono in altre lingue, continuano a diffondersi i termini culinari, non solo nomi commerciali di prodotti italiani, che non sono italianismi in senso linguistico [...], ma anche nomi e locuzioni comuni. Per esempio AL DENTE, ANTIPASTO, CANNELLONI, CAPPUCCINO, CARPACCIO, CASSATA, ESPRESSO, FETTUCINE, GNOCCHI, GORGONZOLA, GRANITA, GRAPPA, GRISSINO, MASCARPONE, MINISTRONE, MOZZARELLA, PANETTONE, RAVIOLI, RICOTTA, SALTIMBOCCA, SCAMPI, SPAGHETTI, TAGLIATELLE, TIRAMISÙ, TORTELLINI, TORTELLONI, ZABA(GL)IONE sono recenti in tutte e tre le lingue rilevate e alcuni sono diffusi oltre queste tre lingue e sono internazionalismi (Stammerjohann, Seymer, 2007: 51).

Ci sembra importante evidenziare che la maggior parte degli italianismi che sono ormai entrati nel lessico tedesco appartengono al campo semantico delle bevande di caffè, come *Cappuccino*, *Espresso*, ma anche di alcuni vini o liquori, come *Amaretto*, *Grappa* e *Prosecco*. Sono presenti un paio di dolci, tra cui *Tartufo*, *Tiramisu*, *Tuttifrutti* e alcuni gusti di gelato come *Stracciatella*. Inoltre sono patrimonio della lingua e cultura tedesca anche italianismi riferiti a locali della ristorazione italiana, come *Osteria* (già dal 1838), *Ristorante* ed alcuni suoi famosi prodotti, come *Carpaccio*, *Pasta*, *Spaghetti*.

Pur se non ancora presenti come italianismi nel DIFIT, diversi nuovi vocaboli italiani sono invece inseriti nella versione *online* del DUDEN. Ai primi posti troviamo ancora termini correlati al mondo del caffè e degli aperitivi, come *Caffè*, nel composto *Caffè Latte* (dal 2006), *Latte Macchiato* (già dal 2004), *Aperol*, *Campari*, *Espresso*bar e *Barista*. In tal caso, la penetrazione linguistica è conseguente a una precedente azione commerciale che ha portato alla diffusione non solo di una "cultura italiana" del caffè già dal 1990 e, successivamente, dell'aperitivo, ma anche di una rappresentazione simbolica connessa alla *Dolce vita* italiana radicata nell'immaginario dei tedeschi:

<sup>80</sup> In merito al significato di Prosecco in tedesco si veda Stammerjohann, Seymer (2007: 44).

Nel 1990 nasce Segafredo Zanetti Deutschland, con la mission di diffondere in Germania l'autentica cultura italiana del caffè. Tre decenni più tardi, le caffetterie sono parte integrante della quotidianità del Paese. L'esordio tedesco ha rappresentato una vera e propria sfida, poiché la maggior parte dei tedeschi consumava esclusivamente caffè filtro, mentre espresso e cappuccino erano quasi sconosciuti<sup>81</sup>.

Per quanto riguarda il campo della gelateria troviamo nel DUDEN *online*, oltre al termine *Gelateria* (quest'ultimo perlopiù come variante svizzera), anche quello di *Gelato* (come variante obsoleta dell'austriaco, nel senso di *das Gefrorene*<sup>82</sup>), nonché il famoso *Spaghetti Eis*, nel senso di una coppa di gelato a forma di spaghetti, mentre il vocabolo *Pinocchio* non viene riconosciuto dal vocabolario come coppa di gelato, così come per *Malaga*, che risulta essere un vino dolce spagnolo e non un gusto di gelato. Presenti anche alcuni dolci come *Pannacotta* e *Profiterole*.

L'inserimento negli ultimi anni di nuovi italianismi nel DUDEN *online* riconferma ancora una volta l'estrema dinamicità delle lingue, ma anche l'importanza della gastronomia italiana, così come dei suoi rappresentanti con i loro prodotti e i loro locali che ormai hanno modificato il volto delle città tedesche, ma anche i gusti dei propri abitanti.

## 6. CONCLUSIONI

Abbiamo visto che nell'immaginario dei tedeschi l'Italia è considerata oggi il paese dei prodotti del *Made in Italy*, ma soprattutto della buona cucina, che, in Germania, si è fatta conoscere e apprezzare, grazie anche al successo dell'Expo di Milano del 2015 che «ha dato un nuovo e significativo impulso al ruolo del cibo visto come elemento di riconoscibilità degli italiani e dell'italianità nel mondo» (Bombi, 2015: 77).

Il prestigio della cucina e dell'export agroalimentare italiano all'estero non solo ha confermato l'importanza e la produttività del nostro Paese in alcuni settori portanti, ma è servito anche da elemento di rappresentazione e «disseminazione» di valori culturali e identitari, che in ambito linguistico si è manifestato tramite una forte espansione e creatività lessicale, attraverso la presenza di sempre nuovi “gastronomi”, ma anche di diversi pseudoitalianismi» (cfr. Bombi, 2015: 79).

Di certo, la presenza nel *linguistic landscape* tedesco di locali, ma anche di insegne «che attingono [...] dalla nostra lingua» (Ugolini, 2020), conferma «[l]a vitalità [...] dell'[...] italian[o] all'estero legat[o] a settori che evocano valori culturali [...] propri della [nostra] cultura [...]» (Bombi, 2015: 86).

Ne è riprova, come confermato dalla nostra indagine, anche la notevole quantità di gelaterie italiane, uno dei primi locali presenti in territorio tedesco già agli inizi del Novecento, nonostante si conosca poco della loro storia ultracentenaria e dell'importanza del loro prodotto, in quanto:

[i]l gelato [...] contiene un forte elemento simbolico, connesso al mondo mediterraneo, caldo, estivo e assolato, tipico dell'immagine che i tedeschi hanno dell'Italia. In tal senso, il gelato è assonante con l'idea di un mondo agognato e lontano e risponde ai bisogni di una clientela in cerca di esotismo (Storti, 2010: 298).

<sup>81</sup> <https://www.comunicaffe.it/segafredo-zanetti-deutschland-germania/>.

<sup>82</sup> Ciò potrebbe essere dovuto dal fatto che tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento fu proprio a Vienna che ci fu, come abbiamo già visto nei precedenti capitoli, la massima diffusione del fenomeno migratorio e quindi delle gelaterie italiane.

Allo stesso tempo, le gelaterie italiane, offrendo, oltre ai gelati, anche tipiche bevande calde e fredde della tradizione italiana e in alcuni casi veneta (*Aperol Spritz*, *Prosecco*), sostengono e promuovono una cultura del “piacere”, secondo l’*italian style life* tanto apprezzato all’estero. Di conseguenza, innovazioni linguistiche dal suono italianeggiante o alcuni noti italianismi presenti nei listini e nelle insegne (lavagne interne ed esterne) dei locali non fanno che ribadire ancora una volta il fascino e la forza evocativa della nostra lingua in ambito tedesco, in quanto:

il sistema alimentare contiene e trasporta la cultura di chi la pratica, è depositario delle tradizioni e dell’identità di gruppo. Costituisce pertanto uno straordinario veicolo di auto-rappresentazione e di scambio culturale: è strumento di identità, ma anche il primo modo per entrare in contatto con culture diverse, [...]. Più ancora della parola, il cibo si presta a mediare fra culture diverse, aprendo i sistemi di cucina a ogni sorta di invenzioni, incroci e contaminazioni (Montanari, 2004: 153-154).

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Basile G. (1991), “Gli italianismi nel lessico specialistico della lingua tedesca”, in Coveri L. (a cura di), *L’italiano allo specchio: aspetti dell’italianismo recente. Saggi di linguistica italiana*, Rosenberg & Sellier, Torino, pp. 33-46.
- Bellinzona M. (2018), “Linguistic landscape e contesti educativi. Uno studio all’interno di alcune scuole italiane”, in *Lingue Linguaggi*, 25, pp. 297-321:  
[https://www.academia.edu/36219408/LINGUISTIC\\_LANDSCAPE\\_E\\_CONTESTI\\_EDUCATIVI\\_Uno\\_studio\\_allinterno\\_di\\_alcune\\_scuole\\_italiane](https://www.academia.edu/36219408/LINGUISTIC_LANDSCAPE_E_CONTESTI_EDUCATIVI_Uno_studio_allinterno_di_alcune_scuole_italiane).
- Bombi R. (2015), “Tra italianismi e anglicismi. aspetti interlinguistici dell’*italian food*”, in Bombi R., Orioles V. (a cura di), *Italiani nel mondo. Una Expo permanente della lingua e della cucina italiana*, Forum, Udine, pp. 77-87:  
<https://air.uniud.it/retrieve/handle/11390/1085859/74325/Bombi.pdf>.
- Borrelli D., De Iulio S., Stazio M. (2018), “Il ristorante italiano tra etnoscaapes e mediascaapes”, in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 5-20.
- Caltran T. (a cura di) (1999), *La storia del gelato: dall’epopea dei gelatieri alla Mostra Internazionale del Gelato*, Cierre Grafica, Caselle di Sommacampagna (VR).
- Campanale L. (2006a), *I gelatieri veneti in Germania. Un’indagine sociolinguistica*, Peter Lang, Frankfurt a. M..
- Campanale L. (2006b), “L’emigrazione dei gelatieri italiani in Germania: la tradizione del gelato ‘made in Italy’ ”, in Krefeld T. (a cura di), *Modellando lo spazio in prospettiva linguistica*, Peter Lang, Frankfurt a. M., pp. 157-172.
- Campanale L. (2006c), “I gelatieri veneti in Germania: un’indagine sociolinguistica”, in *Altretalia*, XXXIII, pp. 45-64.
- Campanale L. (2014a), “Uniti a tavola: italianità alimentare, successo e simbologie del Made in Italy all’estero, in particolare nella cultura e lingua tedesca”, in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-culturale per la didattica dell’italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011 - 2012 - 2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 33-50.
- Campanale L. (2014b), “Storia e memoria di sapori e saperi: la tradizione dei gelatieri veneti oltre frontiera”, in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-*

- culturale per la didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011 - 2012 - 2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 231-244.
- Campanale L. (2018), “La tradizione della gelateria italiana a Monaco di Baviera: memorie di saperi e sapori”, in *Comunicazionepuntodoc*, XIX, pp.105-113.
- Campanale L. (2021), “Migrazione stagionale, bilinguismo e politiche linguistico-educative nelle valli dei gelatieri”, in Caruana S. *et. al.* (a cura di), *Politiche e pratiche per l'educazione linguistica, il multilinguismo e la comunicazione interculturale*. Atti del VI convegno della Società di Didattica delle Lingue e Linguistica Educativa (DILLE), Edizioni Ca' Foscari, Venezia, pp. 171-178: <http://doi.org/10.30687/978-88-6969-501-8/015>.
- Campanale L. (in corso di stampa), “Competenze plurilingui nella Provincia di Belluno: un patrimonio da valorizzare”, in *Colloquium New Philologies*.
- De Mauro T. (dir.) (1999), *Grande dizionario italiano dell'uso* (GRADIT), 6 voll., UTET. Torino.
- Gerolimetto M. (2017), *Italianismi nel piatto. Studio interlinguistico del lessico culinario di origine italiana nei ristoranti d'Europa*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Padova.
- Giacoma L., Kolb S. (a cura di) (2009), *Il nuovo dizionario di Tedesco. Dizionario Tedesco-Italiano Italiano-Tedesco*, Zanichelli, Bologna.
- Giacoma L. (2014), “Quando la linguistica dialoga con la lessicografia: l'esempio de Il Dizionario di Tedesco”, in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-culturale per la didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011 - 2012 - 2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 83-98.
- Heinz M. (a cura di) (2017), *Osservatorio degli italianismi nel mondo. Punti di partenza e nuovi orizzonti*, Accademia della Crusca, Firenze.
- Kornadt D. (2014), “Sprachkontaktphänomene: Dargestellt am Beispiel italienischer Migranten in Deutschland”, in Caldognetto M. L., Campanale, (a cura di), *Tra innovazione e tradizione - un itinerario possibile. Esperienze e proposte in ambito linguistico-letterario e storico-culturale per la didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri 2011-2012-2013, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 51-82.
- Möhring M. (2018), “Pizzeria-Ristorante. The Italian Restaurant in (West) Germany as a Material, Social and Imaginary Space”, in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 81-87.
- Montanari A. (2004), *Il cibo come cultura*, Laterza, Roma-Bari.
- Mosena E. (1996), *La Val di Zoldo tra Otto e Novecento: popolazione, risorse ed emigrazione*, Tesi di Laurea, Università degli Studi di Venezia.
- Perissinotto F. (2015), “Meal in Italy. Italianismi nel linguaggio gastronomico inglese ed angloamericano”, in: *Italiano Lingua Due*, 7, 1, pp. 265-295:  
<https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/5022>.
- Rovere G. (2009), “Quanti sono gli italianismi nel tedesco contemporaneo?”, in *Italiano Lingua Due*, 1, 1, pp. 160-167:  
<https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/437>
- Serianni L. (2008), “Gli italianismi nelle altre lingue romanze: prime riflessioni”, in *Italianismi e percorsi dell'italiano nelle lingue latine*. Atti del Convegno di Treviso (28 settembre 2007), Fondazione Cassamarca-Unione Latina, Treviso-Parigi, pp. 9-41.
- Stammerjohann H., Seymer G. (2007), “L'italiano in Europa: italianismi in francese inglese e tedesco”, in Maraschio N. (a cura di), *Firenze e la lingua italiana fra nazione ed Europa*. Atti del Convegno di studi. Firenze 27-28 maggio 2004, University Press, Firenze, pp. 41-55.

Stammerjohann H., Arcaini E., Cartago G., Galetto P., Heinz M., Mayer M., Rovere G., Seymer G. (a cura di) (2008), *Dizionario di italianismi in francese, inglese, tedesco (DIFIT)*, Accademia della Crusca, Firenze.

Storti L. (2010), “Gli italiani in Germania: un quadro di sintesi e l'imprenditoria del gelato”, in *Rapporto Italiani nel Mondo*, pp. 291-301.

Ugolini G. (2020), “Quanto italiano nella lingua tedesca?”, in:  
<http://lagazzettadelsudafrica.net/index.php/current-news/8463-quanto-italiano-nella-lingua-tedesca>.

Vedovelli M. (2005), “L'italiano nel mondo da lingua straniera a lingua identitaria: il caso 'freddoccino'”, in *Studi italiani di linguistica applicata*, XXXIV, 3, pp. 585–609.

## Sitografia

<https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/oim-osservatorio-degli-italianismi-nel-mondo/260>.

<https://cortmic.myblog.it/sprizz-in-germania/>

<http://difit.italianismi.org/piattaforma>

<http://web.unimol.it/vecchio%20sito%20unimol/serviziweb.unimol.it/pls/unimol/consultazionebd1.html>

[http://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnAgenzia/2009/10/12/Cronaca/ITALIANO-MAMMAMIA-NEL-VOCABOLARIO-TEDESCO-CON-RUCOLA-E-BRUSCHETTA\\_143929.php](http://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnAgenzia/2009/10/12/Cronaca/ITALIANO-MAMMAMIA-NEL-VOCABOLARIO-TEDESCO-CON-RUCOLA-E-BRUSCHETTA_143929.php)

[https://www.altreitalie.it/nuove\\_mobilita/dati\\_e\\_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl](https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl).

<https://www.ambasciatorideltgusto.it/la-cucina-italiana-e-il-soft-power-italiano-nel-mondo/>.

<https://www.calchera.de>.

<https://www.comunicaffe.it/segafredo-zanetti-deutschland-germania/>.

<https://www.dolcegiornale.it/gelaterie/gelateria-italiana-germania/>.

<https://www.duden.de/rechtschreibung/online>.

<https://www.duden.de/woerterbuch>.

<https://www.edizionidicrusca.it/scheda.asp?idv=575>.

<https://www.genteditalia.org/2021/08/13/export-record-storico-per-lalimentare-made-in-italy-nel-2021-verso-i-50-miliardi-di-euro/>.

<https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754>

<https://www.italianismi.org/contenuti/presentazione-dell-oim/27>.

<https://www.miur.gov.it/-/valorizzazione-all-estero-della-cucina-italiana-di-qualita-firmato-protocollo-miur-maeci-mipaaf>

<https://www.mostradelgelato.com/germania-come-i-gelatieri-vivono-la-crisi-covid-19>

<https://www.radio-food.it/cibo-italiano-estero/>.

[https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/mercati/2018/05/06/news/il\\_cibo\\_italiano\\_nel\\_mondo\\_germania\\_prima\\_meta\\_la\\_spagna\\_supera\\_la\\_svizzera-195517971/](https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/mercati/2018/05/06/news/il_cibo_italiano_nel_mondo_germania_prima_meta_la_spagna_supera_la_svizzera-195517971/).

[https://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/speciali/mondo/rossi.html](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/mondo/rossi.html).

<https://www.uniteis.com/gelato-artigianale/gelaterie-artigianali-in-germania/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2015/09/quo-vadis-eiscafe/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2015/11/gelato-genuss-allitaliana/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/01/auswärts-essen/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/03/cappuccino-und-latte-macchiato-2/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/05/eine-suse-geschichte-2/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2016/06/uber-speiseeis/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2017/06/eislawinen-unterwegs-nach-norden-2/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/05/das-gelato-erobert-die-welt/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/05/eis-caffe-und-was-noch/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2018/07/frappe-sorbetto-und-co/>.

<https://www.uniteis.com/de/handwerklich-hergestellte-speiseeis/2019/05/der-erfolg-mit-den-eis-liebhabern/>.

<https://www.uniteis.com/12-luglio-1969/2019/10/12-luglio-1969-nasce-uniteis-e-v/>.

<https://www.uniteis.com/de/press/2021/03/24-maerz-2021-gelato-day-europa-tag-des-gelato/>.

<https://www.uniteis.com/de/uniteis-de/2021/07/die-top-ten-der-eissorten-2021/>.

<https://www.viv-it.org/index.php?q=schede/7-2-italianismi-gastronomici>.

<https://www.waltrop-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/>.