# SIMBOLI DELL'ITALIANITÀ ALIMENTARE E LINGUISTICA NEL PAESAGGIO URBANO TEDESCO: RISTORANTI-PIZZERIE, GELATERIE E CAFFETTERIE A TREVIRI

*Laura Campanale*[1]

## 1. INTRODUZIONE

Il presente contributo intende analizzare il paesaggio linguistico urbano di Treviri (Trier), in cui dal 2009 al 2015 abbiamo vissuto e insegnato lingua e cultura italiana come Lettori MAECI presso l'Istituto di Romanistica della relativa università.

Nello specifico, ci concentreremo sulla presenza di segni connessi al mondo della gastronomia, ossia alle insegne commerciali esterne (Vedovelli, Machetti, 2006) che si riferiscono ai principali locali del settore, come ristoranti, pizzerie, gelaterie, caffetterie per indagare la loro relativa funzione (informativa, simbolica, etnica, identitaria) (Bagna, Barni, 2007; Siebetcheu, 2015; Bellinzona, 2023):

> L'analisi degli italianismi, e più in generale degli esotismi, […] può aiutarci a comprendere le modalità e il grado di penetrazione di una lingua, per comprendere se si tratta di tracce della presenza della lingua in quanto rappresentativa di una determinata cultura, di un determinato ambito sociale o economico-produttivo o semplicemente indice della presenza di un gruppo di immigrati inseriti nel tessuto sociale locale (Bagna, Barni, 2007: 547).

Per quanto riguarda la strutturazione del nostro lavoro, dopo aver delineato la metodologia e gli obiettivi di ricerca, daremo alcune informazioni sulla città di Treviri, di origini romane, così come sulla presenza della comunità italiana.

Proseguiremo con una breve presentazione sull'origine e sulla diffusione dei principali locali italiani in Germania (ristoranti, gelaterie, *Espresso-Bar*), per concentrarci sulla loro ubicazione e sulle differenti denominazioni nella città in questione, rispetto anche alle notizie in nostro possesso sulla nazionalità dei proprietari.

Un ultimo capitolo sarà dedicato alla proposta di alcune attività didattiche svolte durante il nostro mandato ministeriale all'università di Treviri, partendo dall'esame del paesaggio linguistico urbano con riferimento ai segni esterni (insegne commerciali) e interni (menù) della gastronomia italiana.

Negli ultimi anni la presenza sempre più consistente di locali italiani, spesso rilevati o aperti da titolari stranieri (tedeschi o di altre comunità migranti), conferma l'estrema "vitalità" della nostra lingua (ivi: 548) che sottende a un determinato «piano d[i] valori di senso che [le]vengono attribuiti» (ivi: 531) sulla base di una «mutata percezione del sistema Italia e delle sue caratteristiche» (ivi: 529):

> gli italianismi sono testimonianza del prevalere di tratti positivi, legati alla percezione delle caratteristiche che l'italicità possiede in termini di qualità

[1] ITST Mazzotti Treviso.

> dello stile di vita, benessere, dinamismo, creatività, […] [per cui] la presenza della lingua italiana diventa segno di uno sforzo semiotico di ricreazione di senso, del tentativo di reimpossessarsi di sensi altrimenti persi o non formati (ivi: 531).

## 2. I NUMERI E I SIMBOLI DELL'EXPORT AGROALIMENTARE ITALIANO IN GERMANIA

In Germania la nostra cucina è penetrata nella cultura e lingua tedesca, non solo grazie ad alcuni dei suoi simboli più conosciuti (pasta, pizza, gelato, caffè), ma anche tramite la diffusione capillare di locali e prodotti italiani. Dopo l'industria metalmeccanica e di produzione di macchinari/attrezzature, l'agroalimentare è al terzo posto come settore di "traino" della nostra economia[2] (Campanale, 2022: 309-310).

Nel 2023 l'*export* dell'agroalimentare ha raggiunto il valore record di 64,4 mld. di euro, con un incremento delle esportazioni dell'8,9% fra il 2019 e il 2023. In Europa è la Germania il primo importatore con oltre 10 mld. di prodotti agroalimentari italiani nel 2023, pari al 16% del totale, in particolare di bevande, pasta, prodotti da forno, frutta e ortaggi (Sorrentino, 2024):

> Il [nostro] Made in Italy è […] garanzia di qualità e tracciabilità dei prodotti, di controllo e sicurezza alimentare. […] Ma è anche nella sapiente contaminazione fra antico e moderno, tradizione e innovazione che vanno ricercate le ragioni del successo italiano (*ibidem*).

## 3. IMPOSTAZIONE E METODOLOGIA DI RICERCA

Per LL si intende «la branca della sociolinguistica e della semiotica che si occupa di studiare il panorama linguistico, ossia tutte le occorrenze di lingue e di linguaggi, compresi simboli, icone, font e materiali, che connotano la comunicazione scritta pubblica, per lo più nello spazio urbano» (Bellinzona, 2023).

Lo studio del *linguistic landscaping* risale al 1997 (Bagna, Barni, 2006: 9), quando Landry, Bourhis (1997: 25) lo definirono «the language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a territory, region or urban agglomeration».

Numerosi, in seguito, gli studiosi che si sono approcciati al tema da diversi punti di vista, tra cui Gorter (2006), Marten, Gorter, Van Mensel (2012).

Basilari per la comprensione del fenomeno sono i concetti di *top-down* e *bottom-up*, rilevanza e dominanza delle lingue nel paesaggio linguistico (Bagna, Barni, 2007: 534; 537).

Per quanto riguarda l'impostazione del presente lavoro, ci riferiamo essenzialmente agli studi del Centro di Eccellenza della Ricerca dell'Università per Stranieri di Siena (Vedovelli, Machetti, 2006; Bagna, Barni, 2006, 2007; Bagna, Machetti, 2012; Vedovelli, Casini, 2013; Siebetcheu, 2015; Vedovelli, 2019; Pizzoli, 2019). In merito alla visibilità del Made in Italy e della ristorazione all'estero in paesi di emigrazione italiana più o meno recente, si rimanda, inoltre, ai recenti studi di Bagna (2022); Barni, Mori (2024); Vedovelli (2022; 2024).

In relazione all'area tedesca ci sono stati di enorme aiuto i lavori in area germanofona di Krefeld (2006; 2021), Ferrini (2016) e Melchior (2020).

[2] Cfr. https://www.ispionline.it/it/pubblicazione/agrifood-il-made-italy-ora-resiste-29754.

Relativamente alla metodologia adottata, abbiamo deciso di focalizzarci esclusivamente sulla gastronomia secondo un'analisi *bottom-up* (Ben-Rafael, 2006), esaminando le insegne esterne dei locali per il loro alto valore informativo e soprattutto persuasivo/commerciale (Ferrini, 2016: 188-189) .

Non vivendo più in loco, l'elenco dei locali italiani a Treviri con relative insegne esterne e qualsiasi altra informazione fotografica sono stati desunti da *TripAdvisor*, mentre per cercare di verificare l'attuale nazionalità del proprietario si è consultato il sito https://firmeneintrag.creditreform.de/, la più grande banca dati in Germania con informazioni sulle imprese. Da diversi articoli del quotidiano locale *Trierischer Volksfreund*, abbiamo inoltre ricavato tante altre notizie, come la *mission* del locale e l'eventuale cambio di proprietà.

Come già evidenziato da Ferrini (2016: 186) e Melchior (2020: 27), negli ultimi dieci anni, diversi ristoranti di proprietà italiana sono stati rilevati o vengono gestiti da persone appartenenti a gruppi migranti ben rappresentati in Germania, come ad esempio la comunità turca e dell'Est Europa.

Come in Haller (2005), Krefeld (2006), Ferrini (2016) abbiamo osservato denominazione e ubicazione di tutte le attività gastronomiche italiane o presunte tali (ristoranti, pizzerie, gelaterie, espresso bar/caffetterie) anche in relazione all'eventuale presenza di quartieri tipicamente italiani o con una alta percentuale di nostri connazionali ivi residenti, così come eventuali cambi di denominazione rispetto al relativo valore etnico o identitario nelle rispettive scelte linguistiche (cfr. Ferrini, 2016: 194; 196).

Solo nell'ultimo capitolo dedicato alla didattica, in cui abbiamo proposto una serie di attività svolte durante il nostro mandato impiegando il LL (Bellinzona, 2018; 2023), siamo ricorsi anche a un'analisi "interna" dei segni, selezionando, tuttavia, esclusivamente i menù di alcuni locali per lavorare sui concetti di rilevanza e dominanza linguistica della lingua italiana (Bagna, Machetti, 2012).

### 3.1. *Obiettivi di ricerca*

Delimitando la nostra ricerca ai locali di gastronomia italiana sopra indicati, intendiamo verificare la loro consistente diffusione, soprattutto negli ultimi anni, in una città di medie dimensioni come Treviri, rispetto a:

- origine romana con relativa presenza di numerosi monumenti dell'epoca molto ben conservati e conseguente vocazione turistica della città;
- posizione all'interno della "*Großregion* (*Saar-Lor-Lux*)"[3], in mezzo a due bacini con una forte attrazione migratoria per la comunità italiana, come il Lussemburgo, già dal 1890, e il Saarland, soprattutto dal 1960;
- predisposizione al plurilinguismo della popolazione locale (Melchior, 2020: 34)[4];
- valore etnico o identitario della lingua italiana nella scelta della denominazione dei locali o del suo mantenimento in caso di cambio gestione (Ferrini, 2016: 194; 196);
- percezione degli italianismi da parte degli emittenti e dei destinatari (Ferrini, 2016: 195-196; Melchior, 2020: 36; Krefeld, 2021).

[3] Cfr. https://www.saarland.de/EN/history/europe-saarlorlux.
[4] Per il concetto di «competenza percepita» si veda Melchior (2020: 36).

## 4. Treviri, "secunda Roma": la più antica città tedesca

La ridente città di Treviri bagnata dalla Mosella si trova nella Renania Palatinato, al confine con il Lussemburgo (Figura 1), non distante da Francia e Belgio (rispettivamente 50 e 65 km).

È una delle città più antiche della Germania, fondata tra il XVI e il XIII secolo a. C., da Augusto con il nome di *Augusta Treverorum*; in seguito, «con l'ordinamento dioclezianeo, divenuta *Treveri*, fu capitale della Belgica, poi sede del Cesare d'Occidente»[5], da cui il nome di *secunda Roma* (Kramer, 2013: 185-187; 190-191). Al periodo romano[6] sono ascrivibili ben sette dei nove siti UNESCO[7] (Kramer, 2013: 199), motivo di enorme orgoglio per la città, meta ogni anno di turisti da ogni parte del mondo. È anche la più antica sede episcopale di Germania, oltre a possedere la più grande collezione del mondo di monete d'oro romane visibili presso il rinomato museo *Rheinisches Landesmuseum Trier*[8]. Treviri è conosciuta per aver dato i natali a Sant'Emidio, Sant'Ambrogio e nel 1818 a Marx (Di Natale, 2019).

Dal 1958 è attivo il gemellaggio con la città marchigiana di Ascoli Piceno, di cui Sant'Emidio è patrono. Nel 2001 si costituì a Treviri anche la "*Ascoli-Piceno Gesellschaft*" responsabile di diverse pregevoli iniziative culturali di interscambio (anche a livello scolastico), che valorizzano il gemellaggio e sostengono il valore dell'italianità (von Engel, 2013: 215-217).

Figura 1[9].

[5] https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/ e https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

[6] In memoria degli antichi fasti imperiali, il ristorante tedesco "*Zum Domstein*", nella centrale piazza principale, ripropone, tra l'altro, alcune specialità della cucina romana, tra cui il piatto con 5 antipasti romani o la minestra e il pane alla romana (cfr: https://www.speisekarte.de/trier/restaurant/restaurant_zum_domstein/speisekarte; https://rheinischer-spiegel.de/zum-domstein-authentische-roemische-gerichte-verbinden-tradition-und-moderne/).

[7] I sette siti Unesco del periodo romano a Treviri sono: la Porta Nigra, il Circo romano e l'Anfiteatro, le terme imperiali e di Barbara, la Basilica Palatina di Costantino e il Ponte romano.

[8] https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/ e https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

[9] https://www.derweg.org/wp-content/uploads/2015/07/deutschlandkarte-alt.png.

## 4.1. *La comunità italiana a Treviri*

A Treviri vivono complessivamente 112.461 persone, di cui al 31/12/2023 21.585 stranieri provenienti principalmente dai paesi dell'Est Europa (ucraini, rumeni, polacchi, bulgari), seguiti da quelli asiatici e africani.

Data la vicinanza al Lussemburgo e alla Francia, si registrano in città 1.019 lussemburghesi e 632 francesi.

Dopo i lussemburghesi, gli italiani rappresentano, tuttavia, tra gli europei continentali il gruppo più numeroso[10] con un *trend* in progressiva crescita, soprattutto negli ultimi anni (cfr. Tabella 1).

Tabella 1. *Popolazione straniera a Treviri*[11]

Trierer Bevölkerungsentwicklung mit den zehn größten ausländischen Herkunftsländern

| Staats-angehörigkeit | Anzahl 31.12.2022 | Anzahl 31.12.2023 | Änderung Anzahl | Änderungg in Prozent |
|---|---|---|---|---|
| alle | 111.836 | 112.461 | 625 | 0,6 |
| Ausland allgemein | 20.297 | 21.585 | 1.288 | 6,3 |
| Syrien | 2.617 | 2.705 | 88 | 3,4 |
| Ukraine | 1.814 | 2.103 | 289 | 15,9 |
| Rumänien | 1.194 | 1.149 | -45 | -3,8 |
| Polen | 1.141 | 1.119 | -22 | -1,9 |
| Luxemburg | 988 | 1.019 | 31 | 3,1 |
| Bulgarien | 780 | 785 | 5 | 0,6 |
| Afghanistan | 701 | 723 | 22 | 3,1 |
| Italien | 706 | 720 | 14 | 2,0 |
| Frankreich | 634 | 632 | -2 | -0,3 |
| Türkei | 535 | 608 | 73 | 13,6 |

Secondo i dati statistici della città di Treviri, al 31/12/2023 erano presenti 720 persone con cittadinanza italiana. Il 23,2% abitava in centro (nel distretto di Mitte-Gartenfeld), il 16,5% a Nord e il 10% nel distretto di Kürenz (cfr. Figura 2).

Si tratta di una popolazione relativamente giovane e in età lavorativa, dato che il 29,9% ha tra i 31 e 44 anni, seguito dal 26% tra i 45 e 64 e il 25,8% tra i 21 e i 30; dal 2004 al 2023 si è, inoltre, registrato il maggior numero di ingressi[12].

Rispetto all'enorme diffusione di locali gastronomici, pochi sono gli occupati in tale settore, contrariamente a quello dei servizi (cfr. Tabella 2). Riteniamo che una parte dei giovani italiani immigrati negli ultimi dieci anni impiegati nelle prestigiose istituzioni europee e bancarie del Lussemburgo scelga Treviri per stabilirvi la propria residenza, preferendo raggiungere pendolarmente la vicina capitale lussemburghese nota per il suo alto costo della vita e degli affitti.

[10] Forte e radicata la presenza di italiani già da fine '800 in Lussemburgo: nel 1910 erano 10.138 gli italiani emigrati in Lussemburgo (Caldognetto, 2014: 187), mentre negli ultimi anni erano 20.000 i detentori di passaporto italiano (Caldognetto, 2019), così come numerosi gli istituti e le istituzioni, soprattutto finanziarie, che attirano diversi giovani italiani.

[11] https://www.integration-trier.de/informationen-und-fakten/zahlen/.

[12] I suddetti dati statistici ci sono stati cortesemente forniti per e-mail il 22.07.2024 dalla *Stadtverwaltung Trier / Stadtentwicklung | Statistik und Wahlen* (Amministrazione e sviluppo della città di Treviri / Ufficio statistica ed elezioni). L'incremento dell'immigrazione italiana non è un fenomeno circoscritto solo a Treviri, ma diffuso in tutto il Paese, tanto che «dal 2012 al 2015 più di 130mila italiani si sono iscritti in anagrafe in Germania; [...]»: https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl.

Figura 2. *Cartina Treviri con distretti*[13]

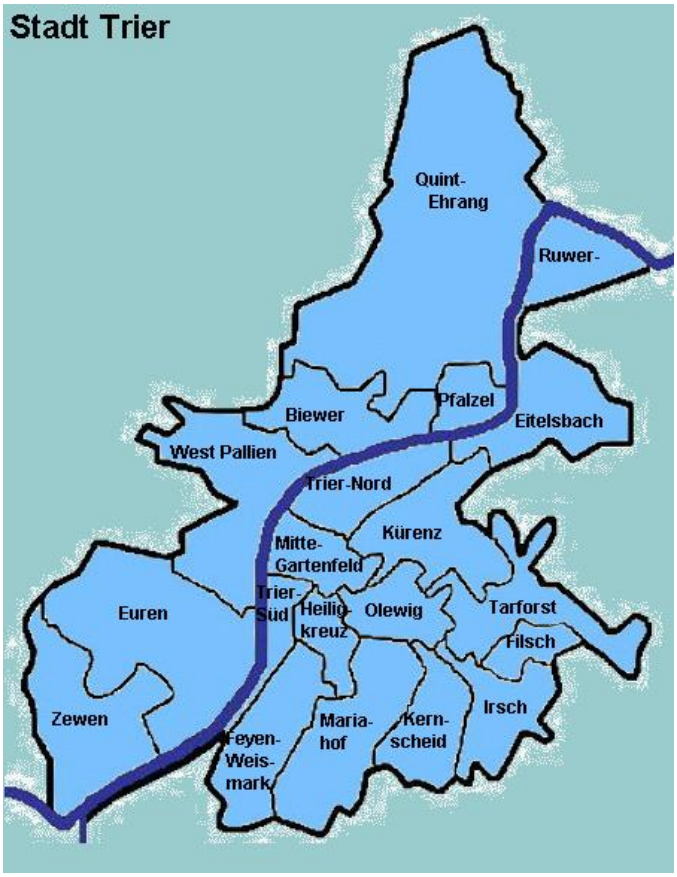



Tabella 2. *Settori di impiego della popolazione residente a Treviri*[14]

**Statistische Übersicht der Stadt Trier zu Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten**

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|
| Unternehmen insgesamt | 4.865 | 4.959 | 4.717 | 4.756 |
| mit 0 - 10 Beschäftigten | 4.075 | 4.015 | 3.794 | 3.852 |
| mit 10 - 50 Beschäftigten | 614 | 739 | 729 | 708 |
| mit 50 - 250 Beschäftigten | 154 | 179 | 169 | 169 |
| mit 250 und mehr Beschäftigten | 22 | 26 | 25 | 27 |
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte insgesamt | 55.736 | 56.007 | 55.277 | 55.377 |
| Land- und Forstwirtschaft | 151 | 175 | 193 | 200 |
| Produzierendes Gewerbe | 10.871 | 10.738 | 10.333 | 10.336 |
| Verarbeitendes Gewerbe | 6.919 | 7.027 | 6.591 | 6.501 |
| Dienstleistungsbereich | 44.713 | 45.093 | 44.750 | 44.840 |
| Verkehr und Lagerei | 2.088 | 2.124 | 2.039 | 2.087 |
| Gastgewerbe | 2.667 | 2.728 | 2.503 | 2.403 |
| Finanz- und Versicherungsleistungen | 1.290 | 1.290 | 1.274 | 1.202 |
| Öffentliche Verwaltung | 3.415 | 3.515 | 3.545 | 3.564 |
| Gesundheitswesen | 6.934 | 7.115 | 7.216 | 7.441 |
| Heime und Sozialwesen | 5.169 | 5.213 | 5.466 | 5.560 |

[13] La città conta in tutto 19 distretti (*Ortsbezirke*): https://www.kvplusr.de/portal-tr1-v1/.
[14] https://www.trier.de/rathaus-buerger-in/trier-in-zahlen/wirtschaft/.

## 5. La fortuna dei principali locali italiani in Germania: storia ed evoluzione del fenomeno

Sono i numeri dei locali italiani a confermare oggi il successo della nostra gastronomia in Germania: 32.000 tra ristoranti e pizzerie presenti nelle grandi città, così come nei piccoli centri urbani, motivo per cui la nostra cucina è al primo posto in assoluto tra quelle etniche.

Tuttavia, c'è da segnalare che ben 14.000 sono ormai gestiti da proprietari di altra nazionalità: diventa, pertanto, necessario, come sostiene Mazzarò (2022) «tutelare la nostra cultura gastronomica» ed educare il consumatore al "vero" gusto italiano.

Sono 9.000 le gelaterie presenti in Germania (3.362 con produzione propria) e 4.350 *Eiscafés* con oltre 20.000 collaboratori, di cui la metà d'origine italiana[15]. La maggioranza delle gelaterie artigianali risulta distribuita ad Ovest e a Sud del Paese (nel Nord Reno-Westfalia e in Baviera).

Nel 2020 si contavano, invece, ben 327 filiali della catena Segafredo, superando la concorrenza tedesca e americana della *Coffee-Fellows* e *Starbucks*[16].

Risale al lontano 1990 il primo *espresso-bar* a Monaco di Segafredo Zanetti che voleva diffondere la cultura e la tradizione del vero caffè italiano in terra tedesca (cfr. Campanale, 2022: 331): i numeri ora gli danno ragione:

> 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[17].

Ma quali sono le ragioni di tanto successo? Qui di seguito cercheremo di spiegare l'evoluzione e le motivazioni dell'indiscutibile fortuna dei nostri locali gastronomici in Germania.

Agli inizi del 1900, quando avevano già cominciato a circolare, anche se in maniera ridotta, alcuni dei nostri prodotti (agrumi, formaggi, olio d'oliva, vino), erano veramente rari i ristoranti italiani in terra tedesca: se ne contavano solo quattro a Monaco (Bernhard, 2006: 264-265; Tirabassi, 2015).

Al contrario, le gelaterie dei nostri immigrati veneti erano già diffuse sul territorio tedesco[18], fino a quando nel 1923 i nazionalsocialisti, con un decreto protezionista, il "*Notgesetz*", bloccarono la vendita di prodotti stranieri (Bernhard, 2006: 266-270; Tirabassi, 2015).

I gelatieri, contrariamente ai ristoratori, potevano, infatti, vantare una lunga tradizione alle spalle: furono a partire dalla fine dell'Ottocento «[g]li abitanti delle valli dell'Alto bellunese, cioè [...] cadorini ed [...] 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]» (Campanale, 2014: 45). Tutto cambiò con la fine della Seconda guerra mondiale.

La diffusione dei locali di gastronomia italiana nella RFT si verificò, in effetti, in coincidenza del *boom* economico e della conseguente richiesta di manodopera straniera,

[15] Cfr. https://www.uniteis.com/de/press/2021/03/24-maerz-2021-gelato-day-europa-tag-des-gelato/.

[16] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/222739/umfrage/fuehrende-kaffeebar-marken-in-deutschland-nach-anzahl-der-filialen/.

[17] https://www.comunicaffe.it/segafredo-zanetti-deutschland-germania/.

[18] La prima gelateria aprì ad Amburgo nel 1799 (cfr. https://www.waltroper-zeitung.de/ueberregionales/15-dinge-ueber-unsere-uralte-liebe-zum-eis-w1650076-11000028769/ e Campanale, 2022: 314).

ma anche del migliore tenore di vita che consentiva ai tedeschi di viaggiare e di conoscere meglio il nostro paese (Möhring, 2018: 82).

La prima pizzeria italiana in Germania, "Capri", a Würzburg risale al 1952 ed era frequentata all'inizio dalle truppe americane (Tirabassi, 2015), proponendo piatti semplici, ma abbondanti con gli ingredienti che a quel tempo si potevano trovare sul mercato (Bombardibm, 2022). Ciò sarà in parte motivo per una rivisitazione di alcune ricette (come ad esempio l'uso della panna nella carbonara), mentre con il tempo si assisterà a processi di ibridazione nel tentativo di adattare i piatti al gusto dei tedeschi (Möhring, 2018: 83-84).

Nonostante alcuni ristoranti, soprattutto nelle grandi città, fungessero da punto di ritrovo identitario per la nostra comunità immigrata inizialmente piuttosto disorientata, la maggior parte di essi veniva frequentata soprattutto dai tedeschi per la qualità e autenticità dei prodotti, le porzioni abbondanti, il prezzo modico, l'ambiente familiare e conviviale, oltre a tante altre connotazioni positive collegate all'italianità (Borrelli *et al.*, 2018: 14; 16; Möhring, 2018: 86).

La notevole diffusione delle gelaterie nella Repubblica Federale Tedesca nel secondo dopoguerra fu invece dovuta al principio perseguito dai gelatieri «del maggior vantaggio economico e della maggior sicurezza [...] economica, materiale e sociale [...] [ragion] per cui fu[ono] scelt[e] […] determinate aree e città tedesche, identificate come le più ricche» (Campanale, 2006a: 285 in Campanale, 2022: 315)[19]:

> 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 (*ibidem*)[20].

Come i ristoranti, anche alcune gelaterie funsero inizialmente da «centro associativo e ricreativo» per la comunità italiana (ivi: 103), ma in generale rappresentarono principalmente «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» (Campanale, 2022: 315):

> 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 (*ibidem*)[21].

## 6. Locali italiani a Treviri (ristoranti, gelaterie, caffetterie)

Per comprendere la notevole quantità di locali italiani a Treviri e dintorni, basta verificarne i numeri, a dimostrazione dell'attrazione esercitata dal cibo italiano in area tedesca. Pur essendo una città di poco più di 112.000 abitanti, l'offerta gastronomica a Treviri è molto ampia con complessivamente 302 locali rilevati a fine settembre 2024 da *Tripadvisor*.

[19] Si veda anche Campanale (2006b: 59).
[20] Ivi: 59-60.
[21] Si veda anche Möhring (2018: 85-86).

## 6.1. *Ristoranti italiani a Treviri*

Al primo posto troviamo i ristoranti tedeschi (62), seguiti immediatamente da quelli italiani (33), mentre la cucina asiatica e quella mediorientale sono meno rappresentate, rispettivamente con 30 e 11 locali. Tuttavia, c'è da dire che se si sommano ai ristoranti italiani, le pizzerie, comprese quelle che vendono pizza a domicilio (33), raggiungiamo i 72 locali, per cui l'offerta gastronomica italiana supererebbe persino quella tedesca.

La maggior parte dei locali italiani (ristoranti e pizzerie) è situata in corrispondenza del cardine e del decumano romano all'interno della zona pedonale della città caratterizzata da un afflusso costante di clienti locali e di turisti. Altri sono ubicati in posizioni periferiche, in particolare a Nord-est e Nord-ovest. Alcuni sono di recente istituzione e sono gestiti da giovani italiani che tendono a prediligere la periferia piuttosto che il centro a causa dei costi proibitivi degli affitti.

Contrariamente a Monaco (Krefeld, 2006: 234), a Treviri risulta esserci una corrispondenza tra la presenza di residenti italiani, concentrati nella zona *Trier* Mitte-Gartenfeld e i locali italiani (cfr. Figura 2 § 4.1 e Figura 3).

Figura 3. *Mappa dei ristoranti a Treviri*

Per quanto riguarda invece la denominazione, al primo posto troviamo insegne che evocano esperienze positive di italianità rispetto ad alcuni suoi prodotti, come in *Pizza e Pasta by Siena*, *Pasta Pasta Trier*, *Pane Vino* o locali tipici, come *L'Osteria*. Non mancano riferimenti stereotipati con espressioni polirematiche che rimandano comunque a «un immaginario italiano legato allo stile di vita in Italia» (Bagna, Barni, 2007: 546), come in *Donna Mia*, *Dolce Vita* o suggestivi dal punto di vista fonetico, come per *Oro*[22] (cfr. Tabella 3).

[22] Nel caso di *Donna Mia* e *Oro* si trattava di grossi imprenditori tedeschi (come la *Berger Group*) con esperienze nella gastronomia, ma anche con altre attività parallele (per es. agenzie pubblicitarie o immobiliari) che avevano investito molti soldi nel locale, in cui lavoravano comunque collaboratori italiani

Ritroviamo, inoltre, denominazioni piuttosto usuali in Italia, come *L'Angolo*, ma anche nomi creativi che giocano a livello ortografico, come in *Bella I' Talia* e in *DiVino*.

È, altresì, interessante notare che alcuni locali vegani molto in voga in Germania ricorrono a un nome italiano, come in *Dolce Cielo* (ora *Café Allerlei*) e *Zuppa*, *Oh!*, *Bio mio*. Dato che la maggior parte degli esercizi indicati non sono gestiti da italiani, ma da tedeschi o da altre persone di origine straniera (per lo più albanesi o dell'Europa dell'Est)[23], viene confermata la tesi della scuola di Siena che alla lingua italiana si associano immagini e sensazioni positive anche rispetto alla genuinità e autenticità dei cibi, aspetto particolarmente importante per il mondo vegano, ma anche spunti creativi.

Al secondo posto, si rinviene una serie di pizzerie da asporto con consegna a domicilio dislocate in diversi punti della città e gestite prevalentemente da persone di origine straniera (soprattutto albanesi e kosovari), in cui il termine *Pizza*, assodato «internazionalismo», compare nelle più svariate combinazioni (Bagna, Barni, 2007: 542; Siebetcheu, 2015: 64), spesso seguite dal nome della città, come in *Pizza Trier* e/o preceduto da anglicismi piuttosto creativi, come in *Sam's Pizza*, *King's Pizza West Side* o seguito dallo stereotipo negativo, come in *Pizza Mafia*, presente, tuttavia, solo in un'occasione (ivi: 545).

Al terzo posto, le classiche denominazioni (Siebetcheu, 2015: 65; Ferrini, 2016: 186) che hanno distinto dovunque i ristoranti-pizzeria italiani come locali familiari attraverso il riferimento del nome del proprietario spesso preceduto dalla preposizione "da", come in *da Franco*, *da Massimo*, *da Giuseppe*, *Da Antonio*, *Pizzeria Restaurant Toni* o lo pseudoitalianismo *Pellolitto Pizzamanufaktur*. Contrariamente alle gelaterie, di cui tratteremo nel prossimo capitolo, sono poche le denominazioni con cognomi italiani, come per la *Pizzeria Ristorante Federico*.

Seguono i locali con riferimenti classici dell'italianità dal punto di vista geografico, soprattutto dei luoghi o delle città italiane meta di turismo (Siebetcheu, 2015: 65; Ferrini, 2016: 191), come in *San Marco*, *Adria*, *Rialto*, *San Marino*, *San Remo*, *Klein Florenz*, o culturale, come in *Rossini II*.

In memoria dell'antico passato romano non potevano, inoltre, mancare i rimandi latini, come in *Quo Vadis* o pseudo-latinismi, come in *Romikulum* o *Cubiculum*.

Pochi e in posizione periferiche i locali con una «identificazione onomastica con il contesto spaziale» (Krefeld, 2021), come per *Ponticello*, vicino a un ruscello con un piccolo ponte o in *Gondola* nei pressi di un lago:

> Eine ganze Reihe von Namen lässt gewissermaßen eine semiotische Aneignung der räumlichen Umgebung erkennen, das sie explizit darauf referieren (*ibidem*)[24].

Purtroppo, rispetto ai tempi del nostro mandato come lettori MAECI, cioè dieci anni fa, la maggior parte dei ristoranti/pizzerie italiani a Treviri, in seguito anche alla crisi

(https://www.volksfreund.de/themen/lecker/trier-zehn-jahre-italienisches-restaurant-donna-mia_aid-87532577; https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/restaurant-oro-in-trier-pizza-pasta-und-mehr_aid-92100313). Tra la fine del 2024 e i primi mesi del 2025, *Oro* è stato chiuso, mentre Eric Naunheim ha ceduto *Donna Mia* al giovane Falko Weiß (https://www.volksfreund.de/themen/lecker/restaurant-oro-in-trier-sued-schliesst-das-sind-die-gruende_aid-121967219; https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/donna-mia-restaurants-und-kasino-saal-trier-wechseln-besitzer_aid-125925011).

[23] Queste informazioni ci sono state confermate telefonicamente anche dai proprietari dello storico ristorante/pizzeria *da Franco* a Treviri il 29.4.2025.

[24] «Una serie di nomi rivela, in un certo senso, un'appropriazione semiotica dell'ambiente spaziale a cui fanno esplicito riferimento» (traduzione nostra).

determinata dalla pandemia, ha cambiato proprietà o gestione ed è ora in mano a tedeschi, albanesi[25] o dell'Europa dell'Est; tuttavia, i cuochi rimangono spesso italiani.

Si conferma, pertanto, quanto già individuato dai diversi studiosi in precedenza, tra cui Bagna, Barni (2007), Ferrini (2016), Melchior (2020), ossia che:

> l'italiano è legato primariamente ai contesti della ristorazione e dell'alimentazione, considerando che la cucina italiana è una delle più diffuse, conosciute e apprezzate nel mondo. Ristoranti e pizzerie (339 casi) sono i contesti più numerosi ad avere un nome italiano, anche se i gestori possono non essere legati all'emigrazione italiana e anche se il cibo che vi si mangia può non essere tipicamente italiano (Bagna, Barni, 2007: 540).

Ci risulta, infatti, che nel centro storico siano rimasti ancora italiani il ristorante *Quo Vadis?* e la pizzeria *Da Franco*[26] che il 10 gennaio 2025 ha festeggiato 50 anni di attività[27].

Dal punto di vista linguistico, si assiste all'«integrazione ortografica (dei nomi dei locali) nel sistema tedesco, per cui tutti i sostantivi vengono scritti con la maiuscola», come già evidenziato da Gerolimetto (2017: 102-103), con un generalizzazione ed estensione del fenomeno (Campanale, 2022: 325) all'articolo, all'aggettivo e alla preposizione, come in: *L'Osteria*, *Da Massimo*, *Donna Mia*.

Rispetto a *Pellolitto Pizzamanufaktur* non sappiamo se ci troviamo di fronte a un «xenoitalianismo» (Vedovelli, 2019: 191) o a un ibridismo: al nome del proprietario Pello si aggiunge il suffisso -itto, terminazione di diverse parole italiane, anche se il suffisso diminutivo -ito è molto usato anche in ispano-americano, pur se senza doppie:

> La lingua italiana in questi casi non è più solo lingua degli italiani, ma si ricrea per dare forma a nuove parole anche con l'apporto delle lingue locali (o di altre lingue), sempre con l'obiettivo di evocare tratti di italicità a livello culturale (Bagna, Barni, 2007: 544).

Come si evince dalla Tabella 3, al primo posto, con 19 occorrenze, ritroviamo le denominazioni monolingui, solo italiane, precedute o seguite nella maggior parte dei casi dai termini *Ristorante*, *Pizzeria* e in un caso *Trattoria*, anche se i proprietari o gestori dei locali sono tedeschi o di altra nazionalità. Seguono le insegne bilingui italiano-tedesche (10 occorrenze) come *Pizzeria Klein Florenz* e tedesco-italiane (6 occorrenze), come *Restaurant Pizzeria DiVino*; in terza posizione le insegne bilingui inglese-italiano (6 occorrenze), come *Sam's Pizza* e quelle in italiano-inglese (3 occorrenze), come in *Pane Vino Italian Restaurant*. A memoria dell'antico passato anche le insegne bilingui latino-tedesco (3 occorrenze), come *Quo Vadis? Ital. Restaurant* (con due pseudolatinismi), per finire con quelle francese-italiano (2 occorrenze), come *Café Dolce Cielo*, *Bistro Oh! Bio mio*.

[25] La stessa tendenza era già stata da tempo registrata da Pilcher (1997: 172) a Berlino per quanto riguarda i ristoranti italiani, lì rilevati da personale proveniente soprattutto dal mondo arabo.

[26] Ringraziamo gli attuali proprietari, contattati telefonicamente il 2.4. e il 29.4.2025 per averci confermato per telefono e per e-mail (il 06.04.25), la situazione della gastronomia italiana a Treviri e averci raccontato la storia del proprio locale. Aperto nel 1975, inizialmente nella *Johannisstraße* 16, dal fondatore Franco Mascitti di Ascoli Piceno, dopo la sua morte nel 2016 e il pensionamento della moglie nel 2018, fu rilevato il 01.07.2018 dai coniugi Giuseppe e Manuela Filippelli, visto che da 30 anni Giuseppe ci lavorava come chef. Punti di forza del locale sono la buona cucina italiana con prodotti freschi e di qualità, così come i vini provenienti dalla Calabria, patria d'origine dei Filippelli, ma anche l'atmosfera familiare e accogliente del ristorante frequentato, da generazioni, da clienti abituali sia locali sia internazionali. Il 10.01.25 il ristorante ha ottenuto un riconoscimento anche dall'IHK (*Industrie- und Handelskammer*) di Treviri per il traguardo raggiunto.

[27] Cfr. https://www.pressreader.com/germany/trierischer-volksfreund/20250109/281724095191828.

I risultati confermano, pertanto, quanto già rilevato da Ferrini (2016: 186) a Mannheim, ossia una chiara predominanza dell'italiano sulle altre lingue (Bagna, Barni, 2007: 537).

Tabella 3. *Denominazioni dei ristoranti/pizzerie italiani a Treviri*

| **Nome proprio proprietario** | **Cognome proprietario** | **Espressioni latine o pseudo-latinismi** | **Nomi classici italiani (riferimenti geografici o culturali)** | **Riferimenti a particolarità nelle vicinanze del locale** | **Riferimenti a italianismi alimentari o ad altre parole connotate positivamente** | **Negozi di pizza al taglio/ a domicilio** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ristorante-Pizzeria da Franco<br>Palaststraße 7<br>(italiani dal 1975) | Ristorante Pizzeria Federico<br>Hermeskeiler-straße 5 Est<br>(italiani) | Quo vadis? ital. Restaurant<br>Neustraße 15<br>(italiani) | Ristorante Pizzeria S. Marco<br>Simeonstr. 18<br>Abedin Hajrizi (kosovaro) | Ponticello<br>Olewigerstr. 212<br>Mensur Berisha (ma cuoco italiano) | Pane Vino Italian Restaurant<br>Jakobstraße | Pizza Trier<br>Kaiserstraße 4 6<br>(a domicilio anche pasta) |
| Pizzeria Da Massimo<br>Eurener Str. 68<br>(Muhamet Alija: arabo, ma cuoco italiano) | | Romikulum Restaurant-Pizzeria<br>Metternichstr. 33<br>(bulgari: Maria Vilcu) | S. Marino Pizzeria<br>Simeonstr. 18 | La Gondola<br>Auf der Weismark 1a, Sud<br>(italiani nel 2006) | Pizzeria Fornelli<br>Jakobstraße 34<br>Vasil Sotirov Strumenliev (bulgari, ma cuoco italiano) | Da Luigi Heimservice<br>Ruwerer Straße 55 Nordest |
| Restaurant Pellolitto Pizzamanufaktur Stockstraße 3<br>aperto dal tedesco Pello Bender nel 2012 (musicista e gastronomo; comprato da: Fatmir Salihu albanese) | Weinbar Calchera<br>Simeonstr. 12 | CubiCulum Kellerkneipe<br>Hosenstraße 2<br>(tedeschi) | Pizzeria Klein Florenz<br>Karl-Marx-Straße 1<br>Daniela D'Acri | | Pizza&Pasta by Siena<br>Fleischstraße 17<br>Deniz Bayindir (turco, ma ha imparato il mestiere in Italia) | Gashi's Pizza & Italian Food Avelsbacher 20<br>Kürenz<br>(albanesi) |
| Pizzeria ristorante da Giuseppe<br>Neustraße 17-18 | | | Pizzeria Adria Koblenzer Straße 1F<br>Aliu Bashkim (kosovaro) | | Pasta Pasta-Trier<br>Palaststraße 5 | Sam's Pizza<br>Saarstr. 75 Sud<br>Ahmad Yasir Samadi (iraniano) |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pizzeria Restaurant Toni<br>Matthiasstraße 49 Sud<br>(tedeschi) | | | San Remo Pizzeria<br>Juedemerstr. 13<br>Tsvetanka Pavlova Ninova (russa) | | L'Osteria Trier am Posthof<br>Fleischstraße 56<br>(imprenditore tedesco) | Kings Pizza Westside<br>Aachenerstr. 6 Ovest |
| Restaurant Da Antonio<br>Auf Der Weismark 78 Sud<br>(italiani) | | | Pizzeria Rialto Biewerer Str. 100 (Biewer)<br>Nordovest | | Donna Mia<br>Kornmarkt 3<br>imprenditore tedesco<br>(cambio gestione) | 2 Bro's Pizza & Burger<br>Bahnhof-straße 25 |
| Ristorante Pizzeria Da Toni<br>Ringstraße 11 Nordest | | | Rossini II Trattoria<br>Nagelstraße 21<br>(due tedesche, una forse di origine italiana: Montalto) | | Oro (chiuso temporaneamente)<br>Leopl. 1 | Domino's Pizza Deutschland<br>Güterstraße 55 Est |
| | | | | | Bell I'Talia<br>Ruwenerstr. 18 Nordest | Pizzawelt-Trier<br>Paulusplatz 1 |
| | | | | | L'Angolo Ristorante Pizzeria<br>Eurener Str. 190 Sudovest<br>(italiani)<br>Atilla Osmani (kosovaro) | Pizza Mafia Domänenstr.<br>40<br>Aljoscha Annen |
| | | | | | Restaurant-Pizzeria DiVino<br>Quinter Straße 47 Trier Ehrang<br>Aneu Syla | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Café Dolce Cielo (vegano), ora Café Allerlei<br>Neustr. 27 | |
| | | | | | Zuppa (vegano) Suppen- und Kaffeebar<br>Sichelstraße 18<br>(tedeschi) | |
| | | | | | Bistro "Oh! Bio Mio" (vegano) (chiuso temporanea-mente)<br>Palaststraße 3 | |
| | | | | | GustoAntico bei Vali-Trier Italienische und Internationale Delikatessen<br>Gartenfeldst.23 Est<br>(iraniano) | |

## 6.2. *Gelaterie a Treviri*

La maggior parte delle gelaterie italiane si trova, come i ristoranti, nel centro storico, in una posizione strategica che corrisponde esattamente all'antico decumano romano, non lontane dalle principali attrazioni della città (cfr. Figura 4).

Contrariamente ai ristoranti italiani, le gelaterie storiche sono, tuttavia, facilmente riconoscibili, perché riportano il cognome del fondatore, come in *Calchera* e *Rigoni*, preceduto per lo più dal termine tedesco *Eiscafé*. In alternativa si trovano riferimenti geografici connessi all'area di provenienza dei gelatieri, ossia alle Dolomiti bellunesi o al Veneto, come in *Veneziano 2*. Di più recente costituzione e spesso aperti da persone di altre nazionalità sono i locali collegati ad altre note città o località italiane (Campanale, 2022: 323), come per l'*Eiscafé Siena* o *San Marino*, oppure con l'indicazione del nome proprio, come per l'*Eiscafé Christis* o *Sandro 7 Eisdiele*.

Poche le gelaterie con classici e stereotipati riferimenti italiani, come la *Gelateria Bellissimo Trier* o *Cometa* (cfr. Tabella 4).

Figura 4. *Mappa gelaterie a Treviri*

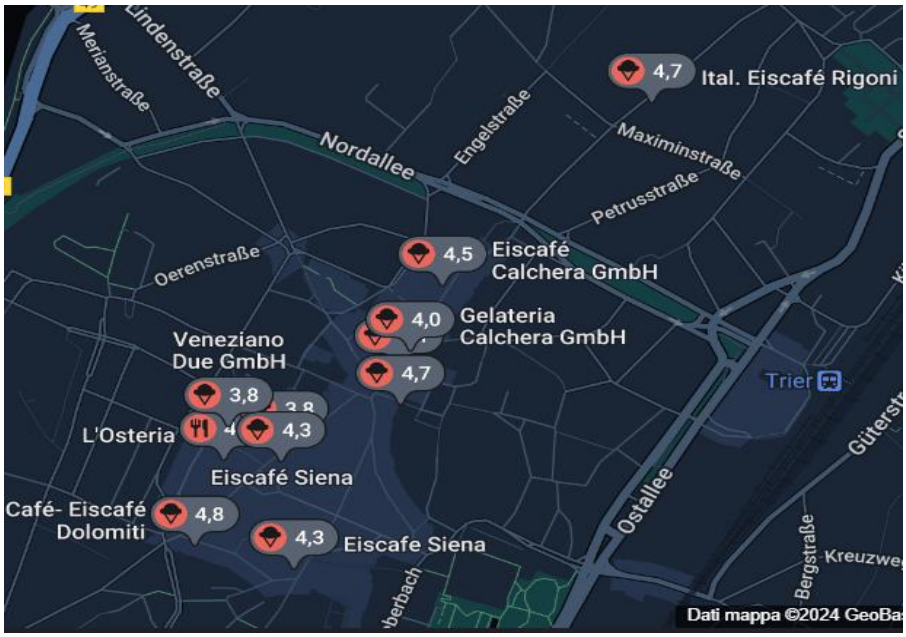



Tabella 4. *Denominazione e posizione gelaterie a Treviri*

| **Nome proprio proprietario** | **Cognome proprietario** | **Espressioni latine o pseudo-latinismi** | **Nomi classici italiani (riferimenti geografici o culturali)** | **Riferimenti a particolarità nelle vicinanze del locale** | **Riferimenti a italianismi alimentari o ad altre parole connotate positivamente** | **Carrettini con gelato** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Eiscafé Calchera GmbH<br>Simeonstr. 54 | | Dolomiti Eis & Café (proprietà Calchera)<br>Fleischstr. 66 | | Gelateria Bellissimo Trier<br>Im Treff 9 | Calchera in occasione di feste cittadine o private |
| Palazzo Sandro 7 Eisdiele<br>Simeonstraße<br>34 | Gelateria Calchera<br>Simeonstraße<br>28 | | Eiscafé Dolomiti<br>Nagelstraße 32<br>una volta di Anita Calchera venduto a Konstantin Domouchtsidis | | | |
| Eiscafé Christis<br>Sternstr.<br>(tedesco) | Ital. Eiscafé Rigoni<br>Paulinstraße 43 | | Veneziano Due<br>Fleischstraße 62 (Trier Galerie)<br>(proprietà Calchera) | | Eiscafé Cometa<br>Moselstraße 6 | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Eiscafe Rigoni E. K. Eurener Str. 181 | | Eiscafé – Bistro Siena Fleischstraße 18 | | | |
| | | | Eiscafé Siena Brotstraße 29 | | | |

Per questo genere di locale non rinveniamo a Treviri particolari tendenze innovative e creative nella scelta del nome, così come abbiamo, invece, riscontrato per i ristoranti.

La struttura tipica è l'insegna bilingue tedesco-italiano (12 occorrenze), con il termine *Eiscafé* seguito dal cognome, nome o alcuni riferimenti regionali italiani (*Dolomiti*, *San Marco*, etc.). Solo due volte compare il termine italiano *Gelateria*. Pur essendo le gelaterie ancora in mano a famiglie venete (Calchera, Rigoni), la lingua italiana non risulta dominante, così come nel caso dei ristoranti. Non sappiamo se tale fenomeno possa essere connesso a una delle peculiarità di questa tipologia migratoria, ossia all'atteggiamento bilingue dei gelatieri, soprattutto del Bellunese e dell'Alto Trevigiano (Campanale, 2006a: 89; 186; 188; 191; 286).

Qui di seguito ci sembra, comunque, interessante esaminare l'evoluzione linguistica dei locali di Calchera con una lunga e rinomata tradizione artigianale.

Il primo negozio, l'*Eis-Salon Dolomiten* nella *Simeonstr.* 54, fu aperto dal nonno degli attuali proprietari già nel 1937 e fu la prima gelateria italiana a Treviri (cfr. Figura 5). Lo stesso locale si chiama ora *Eiscafè Calchera* e ricorda con il logo sul tendone esterno in tedesco *italienisches Eiscafé seit 1937* ('gelateria italiana dal 1937') i suddetti riferimenti (cfr. Figura 6).

Figura 5. *Eiscafé Calchera Simeonstr. 54* (*primo negozio fondato nel 1937*)

Figura 6. *L'Eiscafé Calchera oggi*

L'attaccamento all'area di provenienza della famiglia paterna di origine zoldana, in particolare alle proprie montagne, le Dolomiti bellunesi, non è tuttavia andato perso, dato che il terzo negozio nella *Fleischstraße* è stato rinominato *Dolimiti Eis&Café*.

Singolare ci sembra, invece, l'evoluzione linguistica relativa al locale da asporto situato nella *Simeonstr.* 28, quindi a pochi passi dal primo. Anteriormente al 2022 la tenda esterna riportava, infatti, la scritta in tedesco *Original italienisches Eis täglich frisch zubereitet* ('Vero gelato italiano ogni giorno sempre fresco') a sottolineare l'autenticità e la genuinità del prodotto. In seguito alla ristrutturazione e alla riapertura a marzo 2022, è avvenuto un cambio linguistico a favore dell'italiano (cfr. Figura 7).

Figura 7. *Gelateria Calchera Simeonstr. 28*

"Original italienisches Eis täglisch frisch zubereitet" (8 anni fa)

Sulla tenda esterna in alto troviamo un logo bilingue: a sinistra, l'espressione italiana "Gelato italiano naturale dal 1937" è resa semplicemente con il tedesco *italienisches Eis seit 1937* ('gelato italiano dal 1937') (Campanale, 2022: 318); pertanto, la connotazione positiva del gelato naturale, ossia artigianale e non industriale, con prodotti freschi è stata espressa in italiano, a conferma di quanto già sostenuto dalla scuola senese (cfr. Figura 8).

Figura 8. *Gelateria Calchera dal 22.03.22*

Alla bontà e originalità del gelato si associano, quindi, competenza e professionalità acquisite negli anni, frutto di un'esperienza artigianale tramandata di generazione in generazione. La frase *L'arte del Gelato Italiano* presente un po' dovunque all'interno (espositore in alto, vetrina in basso) e all'esterno diventa non solo il logo, ma anche la *mission* di tutti e tre i locali di Calchera a Treviri (lo troviamo infatti anche sui tovaglioli di carta e su tutti i listini).

In der Simeonstraße in Trier hat das Eiscafé Calchera, an der Ecke zur Glockenstraße, wieder geöffnet. Eiscremevariationen sind ab sofort zum Mitnehmen erhältlich.

Geöffnet ist täglich 11-22 Uhr.

22. März 2022

## 6.3. *Caffetterie a Treviri*

Nonostante il caffè italiano venga ormai venduto sia nei ristoranti-pizzerie, sia nelle gelaterie, a Treviri troviamo anche due caffetterie italiane, ma di proprietari stranieri[28].

La *Casa del Caffè* aperta nel 2000 si trova in pieno centro, nella piazza principale (*Hauptmarkt 6*); su *Tripadvisor* è indicata come *Espresso-Bar*, espressione chiaramente visibile anche sugli ombrelloni esterni (cfr. Figura 9).

Figura 9. *Tendone esterno Casa del Caffè – Espresso-Bar*

[28] Fino al 23.12.2023 il locale era di proprietà di Beate Lheritier (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/beate-lheritier-verlaesst-casa-del-caffe-in-trier_aid-104114385), ora appartiene, invece, a Mentor Kuqi (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/verkaufsoffener-sonntag-trier-darum-gibt-es-vorher-zoff_aid-120385223).

La nostra lingua è inoltre presente anche sulla vetrata d'ingresso della caffetteria, in cui è citata un'intera frase in italiano, senza alcuna traduzione, probabilmente il motto del locale: «per noi la qualità è tradizione nel tempo».

Come abbiamo già osservato per la gelateria Calchera, il prodotto italiano è di nuovo sinonimo di qualità, ma anche di tradizione, elementi fondamentali nella nostra cultura gastronomica, in quanto particolarmente apprezzati e ricercati all'estero (cfr. Figura 10).

Figura 10. *Vetrata esterna Casa del Caffè*

Il secondo locale, *Mondo del caffè*, indicato su *Tripadvisor* come "*caffetteria*", si trovava, inizialmente, in una strada laterale del centro; ora ne è stata aperto uno molto più grande a Nord della città, nella *Franz Georgstraße* 50[29].

Il logo è caratterizzato da una scritta bilingue: a destra l'italiano *Mondo del caffè*, a sinistra il tedesco *Genusswelt* (che equivale a "mondo di piacere"). Anche in questo caso, l'italiano anticipa una serie di associazioni connesse a esperienze piacevoli che vengono evocate grazie all'impiego esplicito della nostra lingua (cfr. Figura 11).

Figura 11. *Mondo del Caffè*

Nel caso delle caffetterie la struttura tipica delle insegne bilingue è italiano-tedesco con l'italiano come lingua dominante (Bagna, Barni, 2006: 25; 29-30).

[29] Il gestore Falk Schramer ha filiali a Echternach e Bitburg. Il locale in centro nella *Fahstr.* 10 dopo 27 anni è stato chiuso definitivamente e ha riaperto con un altro concetto: il cliente si fa il caffè (https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/mondo-del-caffe-schliesst-eine-filiale-in-trier_aid-117847047).

## 7. Italianismi alimentari nella lingua tedesca

Dal Medioevo ad oggi gli italianismi si sono diffusi all'estero[30], soprattutto grazie all'ambito della gastronomia italiana. Termini come *maccheroni*, *mortadella*, *vermicelli*, *antipasto*, *polenta*, *lasagne* erano presenti in alcune lingue europee (spagnolo, francese, inglese) già a partire dal XVI secolo[31], ma fu soprattutto alla fine del Novecento, «grazie […] al successo internazionale dei prodotti made in Italy, sinonimo di eccellenza e di qualità»[32] che s'imposero «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*»[33] (Campanale, 2022: 319). Tra questi, i cosiddetti "gastronimi", come ad esempio *tiramisù*, *pesto*, *carpaccio*, *bruschetta*, *rucola* (Gerolimetto, 2017: 10; Campanale, 2022: 319).

Nei paesi di lingua tedesca, la nostra lingua visse, secondo Basile (1991: 33-46), un periodo di splendore tra il Cinquecento e il Settecento, con termini relativi alla musica, al teatro, ma anche alla cucina, «come *minestra*, *spaghetti* o *maccheroni*» (Gerolimetto, 2017; Campanale, 2022: 319).

Già nel 2009 ci sarebbero stati nel vocabolario Duden GWDS 1888 parole di origine italiana (Rovere, 2009: 160), soprattutto relative all'ambito gastronomico, a conferma del successo della nostra tradizione culinaria in Germania (Ugolini, 2020; Campanale, 2022: 321). Qui si impiega volentieri la nostra lingua soprattutto a livello pubblicitario e commerciale, perché è «attraente, piace, crea atmosfera» (Ugolini, 2020) grazie ai suoi «tratti estetici [come] [...] l'eleganza, il lusso, la raffinatezza che compongono l'immagine dello stile di vita italiano» (Rovere, 2009: 165)[34].

Diversi sono ormai i gastronimi penetrati nella lingua tedesca; termini come *Ristorante*, *Pizzeria*, *Osteria*, *Caffetteria*, *Gelateria*, ma anche *Pasta*, *Pizza*, *Spaghetti*, *Gelato*, *Caffè*, *Cappuccino*, *Latte Macchiato* (cfr. Melchior, 2020: 26) sono presenti anche nei vocabolari, non solo nel DIFIT (versione 2013)[35], ma soprattutto nell'ultima versione on-line del DUDEN[36], «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»[37] (Campanale, 2022: 322). In quest'ultimo si rivengono, inoltre, diversi «termini correlati al mondo del caffè e degli aperitivi, come *Caffè*, nel composto *Caffè Latte* (dal 2006), *Latte Macchiato* (già dal 2004), *Aperol*, *Campari*, *Espressobar* e *Barista*» (ivi: 331):

> 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 (*ibidem).*

[30] Diversi studiosi italiani e stranieri si sono occupati di analizzare il fenomeno, tra cui Serianni (2008), Vedovelli (2005), Rovere (2009), Heinz (2017). Da annoverare anche l'"Osservatorio degli Italianismi" (OIM), progetto dell'Accademia della Crusca, condiretto fino alla sua scomparsa nel 2022 da Luca Serianni insieme a Matthias Heinz.
[31] https://www.viv-it.org/index.php?q=schede/7-2-italianismi-gastronomici.
[32] *Ibidem.*
[33] *Ibidem.*
[34] Campanale (2022: 320-321).
[35] http://difit.italianismi.org/piattaforma.
[36] https://www.duden.de/dudenonline/.
[37] Cfr. https://www.duden.de/woerterbuch.

## 8. Linguistic Landscape: il resoconto di alcune esperienze didattiche all'Università di Treviri

Durante il nostro mandato come lettori MAECI presso l'Istituto di Romanistica dell'Università di Treviri dal 2009 al 2015, abbiamo avuto la possibilità di insegnare, a diversi livelli, lingua e cultura italiana nei corsi *Bachelor* e *Master* rispettivamente *of Arts* e *of Education*.

L'utenza era a quel tempo rappresentata da studenti, per lo più giovani donne, provenienti non solo dalla città e dal circondario, ma anche dalla *Großregion* (in particolare dal Lussemburgo e dal vicino Saarland).

Un 20% era costituito da oriundi di seconda e terza generazione, con diversi livelli di competenza, ma tutti molto fieri delle proprie origini e motivati a migliorare le proprie conoscenze linguistiche e culturali[38].

Proprio la presenza di un pubblico così eterogeneo ci spinse ad adottare un approccio plurilingue, interculturale e inclusivo. Pertanto, si era ricorsi nella pratica didattica allo studio del panorama linguistico per stimolare la motivazione, l'apprendimento permanente e la consapevolezza linguistica[39]:

> Tramite attività che coinvolgono i segni del panorama linguistico è possibile sviluppare competenza pragmatica e multimodale, si può riflettere sulle forme linguistiche, sul lessico, sulle espressioni idiomatiche e sulle caratteristiche grammaticali di una lingua, così come sulle sue funzioni sociali[40].

Qui di seguito presenteremo alcune delle attività didattiche curricolari ed extracurricolari svolte durante il nostro mandato con l'obiettivo di valorizzare le potenzialità dei diversi corsisti.

Rispetto al livello di competenza iniziale lo studio del LL della città di Treviri fu impiegato per operare un'attenta riflessione in merito alla penetrazione di alcuni elementi della nostra lingua e cultura in quella tedesca. In particolare, ci eravamo concentrati sulla gastronomia, sui suoi locali e prodotti, oltre che sulla consistente presenza di italianismi nel lessico tedesco.

### 8.1. *Attività curricolari* (*livello B1*)

Il ricorso a materiale autentico relativo al paesaggio linguistico di Treviri fu adottato in fase iniziale per la riattivazione delle competenze pregresse in riferimento all'ambito gastronomico.

Lo spunto visivo riportato in Figura 12 ci è servito al raggiungimento di diversi obiettivi, tra cui: ampliamento lessicale, rafforzamento delle conoscenze culturali in merito ai diversi locali italiani, alle svariate tipologie di prodotti e alle diverse modalità di degustazione con conseguente confronto interculturale sulle suddette dinamiche.

[38] https://www.uni-trier.de/fileadmin/profil/Universitaet_in_Zahlen/UIZ_2015.pdf.
[39] https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.
[40] *Ibidem*. Si veda anche Gianollo, Fiorentini, 2020: 378 e Bagna, Gallina, Machetti, 2018: 229-230.

Figura 12. *Spunto visivo*

L'attività aveva consentito ai corsisti di esercitare la competenza orale, lessicale e interculturale, partendo da un input basato sul *problem solving* in virtù del materiale autentico proposto (cfr. Tabella 5) (cfr. Bagna, Gallina, Machetti, 2018: 229).

Tabella 5. *Il mondo del caffè e LL a Treviri*

| DOVE (in quali locali) | TIPI DI CAFFÈ | QUANDO E COME SI BEVE | DIFFERENZE INTERCULTURALI TRA GERMANIA E ITALIA (anche rispetto ai cambiamenti degli ultimi anni) |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Buoni i risultati raggiunti in termini di motivazione, partecipazione e acquisizione di nuove competenze, in particolare relativamente al lessico sulle diverse tipologie di caffè e sulle differenti abitudini culturali tra italiani e tedeschi (il latte macchiato viene bevuto in

Italia soprattutto dai bambini; il cappuccino non si beve dopo pranzo o con la panna, etc.).

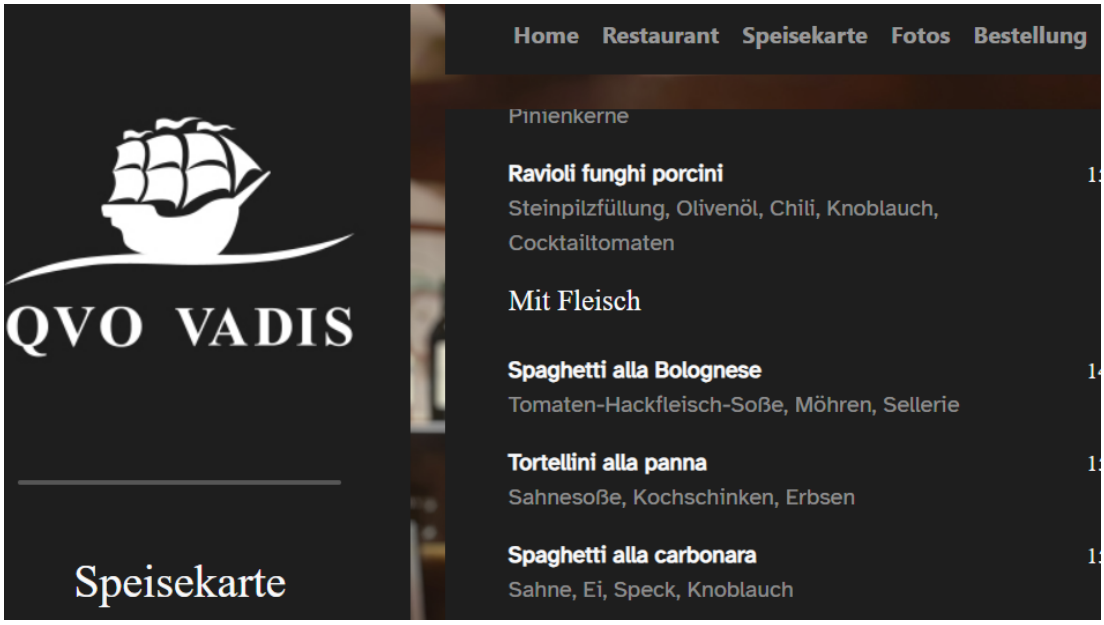
## 8.2. *Attività curricolari* (*livello C1*)

All'interno dei seminari di cultura italiana per i livelli avanzati, una parte del programma era stata dedicata alla riflessione sull'importanza identitaria e comunicativa del cibo nella nostra cultura e sulla conseguente diffusione di locali e prodotti italiani all'estero con evidenti ripercussioni a livello linguistico.

Anche in questo caso, lo studio del paesaggio linguistico caratterizzato dalla presenza di numerosi ristoranti e pizzerie italiani e l'analisi di alcuni menù (Bagna, Machetti, 2012) aveva consentito ai corsisti di ampliare le proprie conoscenze lessicali, culturali, interculturali e metalinguistiche.

In merito agli obiettivi e ai risultati raggiunti, si veda quanto esposto nel precedente paragrafo. Particolarmente importante e stimolante fu la presenza nel seminario di studenti oriundi italiani di seconda e terza generazione; positivo il loro contributo in merito all'importanza identitaria del cibo in emigrazione, allo sviluppo ed evoluzione dei locali italiani nell'ambito dei processi migratori e ai fenomeni di "rivisitazione" culinaria di alcuni piatti proposti nei ristoranti italiani in Germania, rispetto alla ricetta originale così come tramandata dalle proprie madri e nonne (si veda ad esempio l'uso della panna e dell'aglio nella pasta alla carbonara contrariamente all'originale ricetta italiana) (cfr. Figura 13).

Figura 13. *Menù Quo Vadis* (*proprietario italiano*)




Da una un'analisi linguistica di alcuni menù era emersa, inoltre, la sostanziale differenza tra ristoranti italiani gestiti da italiani (cfr. Figura 14) rispetto e quelli in mano a tedeschi o altri stranieri (Figura 15, 16 e 17), *in primis* per la presenza di diversi errori in ambito ortografico (Siebetcheu, 2015: 68).

Figura 14. *Menù pizzeria da Franco* (*proprietario italiano*)

Nel caso dei locali tedeschi, il processo di germanizzazione comprendeva la generalizzazione della lettera maiuscola a tutti i sostantivi e i connessi aggettivi, come in *Calamari al Forno* o *Cozze Vino Bianco*, *Prosciutto Crudo*. Presenti inoltre chiare interferenze dal tedesco nella scrittura di termini come in *Cappucino*, *Coretto*, *Lumace* (cfr. Figura 15).

Figura 15. *Menù Pizzeria & Restaurant Toni* (*proprietario tedesco*)

Nel menù di *Donna Mia* manca anche l'accordo con l'aggettivo come in *Penne integrale* o in *Lasagne Classica* e la preposizione articolata *a*, come in *Spaghetti Carbonara*, forma piuttosto diffusa in area germanofona (Gerolimetto, 2017: 107; Melchior, 2020: 36). Presenti, anche in questo caso, errori ortografici, come nella scrittura di *Arrabiata* (cfr. Figura 16).

Nel menù del ristorante italiano *Oro* (proprietario tedesco) è, invece, interessante notare la combinazione creativa di termini italiani e tedeschi: l'italiano può precedere il tedesco come in *Bruschetta Tomate* per indicare la bruschetta al pomodoro o essere posticipato come in *Rote Bete Carpaccio* per indicare il carpaccio alla barbabietola rossa. In *Gambas All Áglio* troviamo persino la combinazione dell'ispanismo *Gambas*[41], nel senso di gamberoni con la determinazione italiana *All Aglio,* tuttavia con la generalizzazione della maiuscola a tutti i costituenti e la mancanza dell'apostrofo (cfr. Figura 17).

> L'italiano consente, quindi, di creare un territorio di confine e di contatto che rende possibili intricati sovrapposizioni, scambi, interferenze e miscugli linguistici che costituiscono risorse espressive per il territorio e dove l'individuo costruisce e ricostruisce la propria identità, innanzitutto linguistica (Siebetcheu, 2015: 68).

Figura 16. *Menù Donna Mia* (*proprietario tedesco*)

Donna Mia Nudeltopf

BEI ALLEN NUDELGERICHTEN HABEN SIE DIE WAHL: MIT ODER OHNE TEIG-HAUBE

*Der Nudeltopf hat eine lange Tradition in Italien. Für die Arbeit im Weinberg oder auf dem Acker bereitet noch heute die Mama den Nudeltopf für ihre Lieben zu. Topf und Teighaube halten die Nudeln lange warm und sind eine perfekte Kombination aus Pasta und Brot.*
Gerne servieren wir Ihnen Ihr Wunschpastagericht aus unserer Speisekarte als Nudeltopf.

*Aufpreis 3,90 € pro Nudeltopf*

PASTA CLASSICA

= Soßen glutenfrei
**Wünschen Sie glutenfreie Nudeln** (Aufpreis 2,50 Euro), sprechen Sie unseren Service an. Wir beraten Sie gerne.

Spaghetti Aglio e Olio ..... 12,90
frischer Frühlingslauch, Chiliöl, Knoblauch, fruchtige Kirschtomaten, Blattpetersilie und frisch gehobelter Grana Padano

Spaghetti Carbonara[2,3] ..... 12,90
gebratener Speck, Zwiebeln, Ei, Sahnesauce, schwarzer Pfeffer und frisch gehobelter Grana Padano

Rigatoni Arrabiata e Lardo[1,2,3] ..... 12,90
pikantes Tomatensugo, Knoblauch, frische Chilli, frisch gehobelter Grana Padano und Speckscheiben

Spaghetti Bolognese[1,2] ..... 13,90
100% Rindfleisch feines Hackfleischsugo nach Bolognese Art, frisch gehobelter Grana Padano und frischen Kräutern

Penne integrale al Pesto Genovese e Rucola Fresca[2] ..... 13,90
Vollkorn-Penne, frischer Rucola, Basilikum-Pesto, geröstete Cashewkerne und frisch gehobelter Grana Padano

PASTA SPECIALE

= Soßen glutenfrei
**Wünschen Sie glutenfreie Nudeln** (Aufpreis 2,50 Euro), sprechen Sie unseren Service an. Wir beraten Sie gerne.

Gnocchi Patate Americana[3] ..... 14,90
Süßkartoffel-Gnocchi, Pestorahm, frischer Babyspinat und geröstete Cashewkerne

Penne integrale Capra e Verdure ..... 15,90
Vollkorn-Penne, gebratener Ziegenkäse, hausgemachtes Grillgemüse der Saison, Tomatensugo, frischer Schnittlauch

Rigatoni Mango Chicken[4] ..... 16,90
gebratene Hähnchenbruststreifen, Mango-Curry-Kokos-Rahm, Mangowürfel, fruchtige Kirschtomaten und frischer Babyspinat

Rigatoni Pollo Rosso[6] ..... 16,90
gebratene Hähnchenbruststreifen, Frühlingslauch, fruchtige Kirschtomaten und Salsa di Panna mit Tomatenpesto

Tagliatelle con Maiale e Salsa ai Funghi[1,2,3] ..... 17,90
gegrillte Schweinefilet-Streifen, Pilzrahmsauce, gegrillte Speckscheiben und frischer Schnittlauch

Tagliatelle Salmone e Asparagi[1] ..... 19,90
gebratene Lachstranche, Hummerrahm, grüner Spargel und fruchtige Kirschtomaten

Spaghetti Frutti di Mare e Gamberetti[7] ..... 19,50
gegrillte Garnelen, Meeresfrüchte, Tomatensalsa, Knoblauch und Rucola

LASAGNE

Lasagne Verdura ..... 15,90
vegetarische Gemüselasagne, Napolisauce, frisches Grillgemüse, überbacken mit Mozzarella

Lasagne Classica[1,2] 100% Rindfleisch ..... 15,90
Lasagne mit Hackfleischsauce „Bolognese Art", überbacken mit Mozzarella

PASTA-TOPPINGS

+ gebratene Hähnchenbruststreifen[6] ..... + 5,90
+ Ziegenkäsetaler ..... + 5,90
+ gebratene Hähnchenbrust ..... + 6,90
+ gebratene Gamberetti ..... + 7,90
+ Calamari (Tintenfischringe) ..... + 7,90
+ Rinderfiletstreifen ..... + 8,90

[41] Il termine spagnolo *die Gamba* presente nel vocabolario tedesco DUDEN traduce il tedesco *Garnele, Krevette*, ossia gamberetto.

Figura 17. *Menu ristorante Oro* (*proprietario tedesco*)

Bruschetta Tomate
Frisch geröstetes Landbaguette belegt mit marinierten Tomatenwürfeln -Basilikum

8,50 €

Rote Bete Carpaccio | Eingelegte Rote Bete mit Walnüssen | Paprika Würfel | Olivenöl |Parmesanspäne Feta

12,50 €

Antipasti
San Daniele Schinken | Prosciutto cotto | Mailänder Salami | hausgemachtes mariniertes Gemüse | Oliven | Pesto |Basilikum |Kirschtomaten | Salat Garnitur |

15,50 €

**Carpaccio Di Manzo**
Rindfleischscheiben mit Zitronen-Olivenöl
Parmesanspäne | geröstete Pinienkerne
grobem Pfeffer & Meersalz | Rucola
Garnitur | Kirschtomaten

16,00 €

**Vitello Tonnato**
Kalbfleischscheiben mit hausgemachter
Thunfischcreme | frittierten Kapern
Kirschtomaten | Rucola Garnitur

16,00 €

**Gambas All Áglio**
Crevetten in Oliven Knoblauchöl
gebratene Paprika | Peperoni | Baguette
Kirschtomate | Aioli

14,00 €

**Diavola** (H,I,3) scharf
Tomatensauce | Mozzarella |
Ventricina

14,00 €

**ORO** (H,I,3) scharf
Tomatensauce | Mozzarella |
Peperoniwurst | Salami | Schinken
frische Champignons

16,00 €

**Marche** (H,I,3)
Tomatensauce | Mozzarella | Schinken
Champignons | Artischocken

Tra gli *Antipasti* del menù del ristorante *Oro* rinveniamo inoltre un italianismo non ancora registrato dal DUDEN, cioè *Prosciutto cotto*, trascritto correttamente[42].

L'analisi dei menù ribadiva, comunque, quanto già osservato da Bagna e Machetti (2012), ossia la predominanza dell'italiano accompagnato dalla traduzione in tedesco o da una combinazione di termini in italiano e in tedesco, come abbiamo evidenziato prima.

Numerosi gli italianismi conosciuti e impiegati da tutti i corsisti e quindi ormai d'uso nella lingua tedesca, così come confermato anche dal vocabolario della lingua tedesca DUDEN (cfr. Bagna, Barni, 2007: 542).

## 8.3. *Attività extracurricolari*

Su espressa richiesta dei corsisti, soprattutto di discendenza italiana, sono state offerte durante il nostro mandato alcune attività extracurricolari per motivare allo studio dell'italiano.

[42] Cfr. https://www.duden.de/rechtschreibung/online.

### 8.3.1. *I pomeriggi italiani*

Durante i pomeriggi italiani i partecipanti esponevano al gruppo una regione italiana che poteva essere quella di provenienza dei propri ascendenti oppure quella in cui avevano svolto un semestre *Erasmus* o altre esperienze lavorative.

La regione veniva presentata sotto tutti i punti di vista, con particolare riferimento alle differenze interculturali emerse.

Il pomeriggio si concludeva in modo conviviale, con alcuni piatti della rispettiva cucina regionale accompagnati dalla relativa ricetta.

### 8.3.2. *Lo "Stammtisch" italiano*

In orario serale e infrasettimanale, dopo le lezioni, ci si trovava con un gruppo di studenti in centro per cenare in un ristorante italiano.

In questo modo era possibile analizzare con i partecipanti il paesaggio linguistico della città con la presenza di numerosi locali italiani, soprattutto dal punto di vista *bottom-up* (Bagna, Barni, 2007).

La proposta era aperta ai corsisti di tutti i livelli: inizialmente si cercava di scegliere ogni volta un ristorante italiano diverso, fino a quando, nell'ultimo periodo del nostro mandato, gli studenti optarono per incontrarsi sempre presso lo stesso ristorante non distante dall'università.

All'interno del locale, gli allievi meno esperti imparavano a leggere il menù, oltre a esercitare praticamente con il cameriere la situazione comunicativa appresa in classe (ordinare da bere e da mangiare in un ristorante). Gli studenti dei livelli più avanzati si potevano intrattenere, analizzando il menù dal punto di vista gastronomico (rispetto della ricetta tradizionale italiana o "ibridazione") e linguistico (italianismi, ortografia, impiego del tedesco per la spiegazione della ricetta) (Campanale, in stampa). Gli spunti emersi durante la serata venivano poi sviscerati all'interno del seminario dedicato alla cultura italiana sopra esposto (cfr. 8.2).

## **9.** CONCLUSIONI

Abbiamo visto che il settore agroalimentare è ai primi posti nel nostro *export*, in particolare in Germania, in cui non solo i nostri prodotti, ma anche i locali della nostra gastronomia sono ampiamente rappresentati pure in città di medie dimensioni come Treviri.

Lo studio del LL ci ha confermato che nell'ambito dell'alimentazione l'italiano risulta essere la principale lingua straniera con un alto livello di vitalità e di penetrazione nel lessico e nella cultura tedesca (Bagna, Barni, 2007: 548; Siebetcheu, 2015: 69) e una «funzione [...] simbolico-evocativa ed espressiva» (Melchior, 2020: 36).

Negli ultimi dieci anni abbiamo, infatti, potuto osservare un incremento soprattutto di ristoranti-pizzerie. Per contro, la maggior parte dei locali con denominazione italiana non risulta più appartenere a titolari o gestori italiani, ma a tedeschi o ad altre comunità etniche, come quella turca, albanese o dell'Europa dell'Est, pur se con passaporto tedesco. Le difficoltà economiche causate dalla pandemia del 2020, il conseguente rincaro dei prezzi delle materie prime e degli affitti dei locali, ma anche il mancato ricambio generazionale hanno indubbiamente contribuito alla chiusura di diversi locali o al fenomeno sopra descritto.

A Treviri si verifica pertanto quanto indicato da Pilcher (1992: 27) in merito all'economia etnica e alla relativa evoluzione: in alcuni ambiti come quello della gastronomia, originariamente in mano agli italiani, subentrano altre comunità migranti.

Gli stessi detentori tedeschi, per il potere attrattivo, evocativo e quindi fortemente commerciale, ricorrono talvolta con esiti creativi (come per *Pellolitto*) alla denominazione italiana a causa di tutti i valori positivi connessi all'italianità e alla «civiltà italiana del mangiare» (Bagna, Barni, 2007: 546; Siebetcheu, 2015: 68; Melchior, 2020: 26).

Ciò presuppone, tuttavia, una «una certa competenza lessicale da parte dei destinatari [,] […] [e quindi] […] di un certo plurilinguismo della popolazione locale: sia da parte degli emittenti, [...], sia da parte dei destinatari» (Melchior, 2020: 29; 33; cfr. Ferrini, 2016: 195-196; Krefeld, 2021).

Nonostante negli ultimi anni il numero di italiani immigrati a Treviri sia aumentato, non abbiamo rilevato presenza di ghetti o di quartieri tipici, ma solo la corrispondenza tra la maggior percentuale di residenti e la presenza di locali gastronomici, ossia nel distretto centrale di *Trier* Mitte-Gartenfeld, anche se la gastronomia non rappresenta l'ambito in cui gli italiani trovano preferibilmente occupazione.

Di certo, Treviri non essendo una città mineraria o industriale come le vicine Dudelange in Lussemburgo o Saarbrücken non è mai stata un punto di approdo per la comunità italiana.

In città la nostra lingua ha in generale un forte valore identitario, mentre nel caso delle gelaterie, ne ha uno piuttosto etnico per la predominanza di locali intestati allo stesso proprietario, Calchera, o che si riferiscono all'area di provenienza della famiglia veneta del capostipite.

Riteniamo che in questa città la memoria dell'antico passato imperiale romano, di cui gli abitanti vanno particolarmente fieri, abbia sostenuto la fortuna e il successo dell'italiano e alimentato l'atteggiamento positivo verso la nostra lingua supportato dal contesto plurilingue di riferimento (*Großregion*).

Concludendo, possiamo affermare quanto già rilevato e sostenuto dalla "scuola senese" in merito alla scelta e diffusione di italianismi nell'ambito gastronomico, ossia il potere evocativo e creativo della nostra lingua che esercita un forte potere attrattivo e quindi commerciale, tanto che viene intenzionalmente scelta anche dai detentori stranieri per gli effetti positivi che produce nel consumatore e infine nel cliente, «le cosiddette *good reasons*» di cui parla Ben-Rafael *et al.* (2006: 9) (Bagna, Barni, 2007: 534).

Italiano e italianità stanno quindi predominando a Treviri, *secunda Roma*.

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Bagna C., Barni M. (2007), "La lingua italiana nella comunicazione pubblica/sociale planetaria", in *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 36, 3, pp. 529-553.

Bagna C., Machetti S. (2012), "LL and (Italian) Menus and Brand Names: A Survey around the World", in Hélot C., Barni M., Janssens R., Bagna C. (eds.), *Linguistic landscapes, multilingualism and social change*, Peter Lang, Frankfurt am Main, pp. 217-230.

Bagna C., Gallina F., Machetti S. (2018), "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in *Studi e ricerche*, 13, pp. 219-231.

Bagna C. (2022), "L'italiano e i panorami linguistici del mondo", in *SILTA*, 51, 2, pp. 358-375.

Barni M., Bagna C. (2006), "Per una mappatura dei repertori linguistici urbani: nuovi strumenti e metodologie", in De Blasi N., Marcato C. (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*, Liguori, Napoli, pp.1-43.

Barni M., Mori L. (a cura di) (2024), *Italianità nel mondo fra cultura ed economia del Made in Italy*, Edizioni Dell'Orso, Alessandria.

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*, 24, pp. 297-321.

Bellinzona M. (2023), "Linguistic landscape: un museo di parole a cielo aperto", in *Linguisticamente*: https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.

Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H., Trumper-Hecht N. (2006), "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", in Gorter D. (ed.), *Linguistic Landscape. A New Approach to Multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 7-30.

Bernardy K. (2023), "Beate Lheritier gibt das Casa del Caffè ab: Wie es am Hauptmarkt jetzt weitergeht": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/beate-lheritier-verlaesst-casa-del-caffe-in-trier_aid-104114385.

Bernhard P. (2006), "L'Italia nel piatto: Per una storia della cucina e della gastronomia italiane in Germania nel XX secolo", in Corni G. (a cura di), *Italiani in Germania tra Ottocento e Novecento. Spostamenti*, *rapporti*, *immagini*, *influenze*, il Mulino, Bologna, pp. 263-287.

Bombardibm A. (2022), "La storia della prima pizzeria in Germania e dell'italiano Nicolino di Camillo, anno 1952": https://berlinomagazine.com/2022-storia-prima-pizzeria-in-germania-e-italiano-nicolino-di-camillo-1952/.

Borrelli D., De Iulio S., Stazio M. (2018), "Il ristorante italiano tra etnoscapes e mediascapes", in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 5-20.

Caldognetto M. L. (2014), " Storia e memoria di sapori e saperi: la forza del territorio nella cultura del cibo italiano 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. 179-229.

Caldognetto M. L. (2019), "Al confine tra l'italiano e le altre lingue: esperienze e riflessioni di un'operatrice culturale all'estero in contesto migratorio", in *Éducation et sociétés plurilingues*, 46, pp. 71-82: https://doi.org/10.4000/esp.3994.

Campanale L. (2006a), *I gelatieri veneti in Germania. Un'indagine sociolinguistica*, Peter Lang, Frankfurt a. M.

Campanale L. (2006b), "I gelatieri veneti in Germania: un'indagine sociolinguistica", in *Altreitalie*, 33, pp. 45-64.

Campanale L. (2014), "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. (2022), "Italianità alimentare nella lingua e cultura tedesca: il contributo della gelateria italiana in Germania", in *Italiano LinguaDue*, 14, 1, pp. 309-337:

https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/18182.

Campanale L. (in stampa), "Come valorizzare le competenze multiple degli studenti di origine italiana nelle sezioni di Italianistica delle università tedesche: alcune proposte per una didattica inclusiva e transculturale", in Heimann-Bernoussi N., Meuter J., Serena E. (a cura di), *Insegnare (e imparare) l'italiano in contesti germanofoni: ricerca scientifica ed esperienze didattiche a confronto*, Atti del Convegno internazionale di Bochum, 3-4 settembre 2021, Frank & Timme, Berlin.

Di Natale Carlo (2019), "Treviri la città natale di tre rivoluzionari: Sant'Emidio, Karl Marx e Sant'Ambrogio": https://www.ilmartino.it/2019/03/treviri-la-citta-natale-di-tre-rivoluzionari-santemidio-karl-marx-e-santambrogio/.

Ferrini C. (2016), "Italianismi a Mannheim: la dialettica fra elementi etnici tradizionali e nuovi valori identitari", in *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 45, 1, pp. 183-202.

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.

Gianollo C., Fiorentini I. (2020), "La classe plurilingue: neoplurilinguismo, autovalutazione e valorizzazione", in *Italiano LinguaDue*, 12, 1, pp. 372-380: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/13767.

Gorter D. (ed.) (2006), *Linguistic Landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon.

Gorter D., Marten H. F., Van Mensel L. (eds.) (2012), *Minority languages in the linguistic landscape*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.

Haller H. (2005), "L'italiano nei nomi dei ristoranti di New York", in *Lid'O – Lingua italiana d'oggi*, 2, pp. 331-352.

Heinz M. (a cura di) (2017), *Osservatorio degli italianismi nel mondo. Punti di partenza e nuovi orizzonti*, Accademia della Crusca, Firenze.

Kramer J. (2013), "Trier, ein Abbild Roms", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Percorsi storico-letterari e linguistico-metodologici nella didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri, 2008, 2009, 2010, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 185-200.

Krefeld T. (2006), "Chicago di Baviera? Repertori, reti e spazio urbano", in de Blasi N., Marcato C. (a cura di), *Le città e le sue lingue*, Liguori, Napoli, pp. 233-243.

Krefeld T. (2021), "Geschriebene Sprache(n) im öffentlichen Raum und die *Linguistic Landscape. Version 1 (02.02.2021, 10:27)*", in *Lehre in den Digital Humanities*: https://www.dh-lehre.gwi.uni-muenchen.de/?p=211807&v=1.

Landry R., Bourhis R. Y. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. An empirical study", in *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 1, pp. 23-49.

Mazzarò T. (2022), "La ristorazione italiana in Germania è in ginocchio": https://www.corriereditalia.de/italiani-allestero/la-ristorazione-italiana-in-Germania-e-in-ginocchio/

Melchior L. (2020), "L'italiano nei linguistic landscapes dell'Austria meridionale: alcune considerazioni", in *Studia Universitatis Hereditati*, 8, 2, pp. 23-43.

Möhring M. (2018), "Pizzeria-Ristorante. The Italian Restaurant in (West) Germany as a Material, Social and Imaginary Space", in *Comunicazionepuntodoc*, 19, pp. 81-87.

Morgen R. (2023), "Donna Mia: Die Erfolgsgeschichte aus Trier geht weiter": https://www.volksfreund.de/themen/lecker/trier-zehn-jahre-italienisches-restaurant-donna-mia_aid-87532577.

Morgen R. (2025), "Donna Mia & Kasino-Saal in Trier wechseln Besitzer - Was das bedeutet":

https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/donna-mia-restaurants-und-kasino-saal-trier-wechseln-besitzer_aid-125925011.

Morgen R. (2025), "Jubiläum mit Seltenheitswert: Da Franco wird am Freitag 50 Jahre alt": https://www.pressreader.com/germany/trierischer-volksfreund/20250109/281724095191828.

Neubert R. (2024), "Darum gibt es vor dem verkaufsoffenen Sonntag in Trier mächtig Zoff": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/verkaufsoffener-sonntag-trier-darum-gibt-es-vorher-zoff_aid-120385223.

Pilcher E. (1992), *Geschichte der italienischen Gewerbemigration nach Deutschland*, Arbeitsheft, Berlin.

Pilcher E. (1997), *Migration, Community-Formierung und ethnische Ökonomie. Die italienischen Gewerbetreibenden in Berlin*, Ed. Parabolis, Berlin.

Pizzoli L. (2019), "Italiano e italianismi nel mondo: osservazioni sulla ricerca di neologismi", in Bombi R. (a cura di), *Italiano nel mondo. Per una nuova visione. Valori identitari e imprenditorialità*, 5, Forum, Udine, pp. 151-158.

Rovere G. (2009), "Quanti sono gli italianismi nel tedesco contemporaneo?", in *Italiano LinguaDue*, I, 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.

Siebetcheu R. (2015), "La lingua italiana nei panorami linguistici urbani delle città camerunensi", in Kuitche Talé G., Pallante G. (a cura di), *1995-2015: 20 anni di insegnamento dell'italiano l2 in Camerun. Bilancio e prospettive*, in *Italiano LinguaDue*, 7, 2, pp. 59-78: https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/6807/6737.

Sorrentino L. (2024), "Made in Italy, l'agroalimentare vale il 10% dell'export italiano": https://www.fortuneita.com/2024/05/06/made-in-italy-lagroalimentare-vale-il-10-dellexport-italiano/.

Tirabassi M. (2015), "Dai 'macaroni' al 'mokaccino' alle 'boarding houses' agli spacci aziendali nei cantieri", in IMAF: http://milano.imafestival.com/imaf/Macaroni_e_Mokaccino/.

Ugolini G. (2020), "Quanto italiano nella lingua tedesca!": https://www.corriereditalia.de/italiani-allestero/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*, 34, 3, pp. 585-609.

Vedovelli M., Machetti S. (2006), "Italiano e lingue esotiche in con tatto nella comunicazione sociale: il caso degli italianismi a Tokyo", in Banfi E., Iannaccaro G. (a cura di), *Lo spazio linguistico italiano e le «lingue esotiche». Rapporti e reciproci influssi*. Atti del XXXIX Congresso Internazionale di Studi della Società di Linguistica Italiana (SLI) (Milano, 22-24 settembre 2005), Bulzoni, Roma, pp. 181-206.

Vedovelli M., Casini S. (2013), "Italianismi e pseudo italianismi in Giappone: le radici profonde di una consonanza culturale in un mondo globale", in Gesuato M. K., Peruzzi P. (a cura di), *La lingua italiana in Giappone*, 2, Istituto Italiano di Cultura, Tokio, pp. 34-106.

Vedovelli M. (2019), "Italiano e italianismi nel mondo: osservazioni sulla ricerca di neologismi", in Bombi R. (a cura di), *Italiano nel mondo. Per una nuova visione. Valori identitari e imprenditorialità*, 5, Forum, Udine pp. 181-194.

Vedovelli M. (2022), "L'Italian Sounding: per un modello di analisi semiotico-linguistica dei processi produttivi nei contesti di emigrazione italiana nel mondo", in D'Angelo M. P., Ozbot P. (a cura di), *Studi in onore di Paola Desideri*, Franco Cesati Editore, Firenze, pp. 59-75.

Vedovelli M. (2024), "Proposte conclusive. Una comunicazione del Made in Italy efficace, inclusiva, adeguata ai contesti: idee per un Manifesto", in Barni M., Mori L. (a cura di), *Italianità nel mondo fra cultura ed economia del Made in Italy*, Edizioni Dell'Orso, Alessandria, pp. 219-230.

Von Engel B. (2013), "Intervento di Bettina von Engel", in Caldognetto M. L., Campanale L. (a cura di), *Percorsi storico-letterari e linguistico-metodologici nella didattica dell'italiano oltre frontiera*. Atti delle Settimane della Lingua Italiana nel Mondo Università di Treviri, 2008, 2009, 2010, Edizioni Convivium, Luxembourg, pp. 215-218.

Wolff A. (2023), "Der Pizzaofen steht mitten im Restaurant – das "Oro" im alten Bahnhof Trier-Süd": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/restaurant-oro-in-trier-pizza-pasta-und-mehr_aid-92100313.

Wolff A. (2024), "Mondo del Caffè in der Trierer Fahrstraße: Zukunft mit neuem Besitzer noch ungewiss": https://www.volksfreund.de/region/trier-trierer-land/mondo-del-caffe-schliesst-eine-filiale-in-trier_aid-117847047.

Wolff C. (2024), "Aus noch dieses Jahr: Warum das Oro in Trier-Süd schließt": https://www.volksfreund.de/themen/lecker/restaurant-oro-in-trier-sued-schliesst-das-sind-die-gruende_aid-121967219.

## SITOGRAFIA

https://de.statista.com/statistik/daten/studie/222739/umfrage/fuehrende-kaffeebar-marken-in-deutschland-nach-anzahl-der-filialen/.

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

https://firmeneintrag.creditreform.de.

https://rheinischer-spiegel.de/zum-domstein-authentische-roemische-gerichte-verbinden-tradition-und-moderne/.

https://www.altreitalie.it/nuove_mobilita/dati_e_statistiche/istat/la-nuova-immigrazione-degli-italiani-in-germania.kl.

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

https://www.derweg.org/wp-content/uploads/2015/07/deutschlandkarte-alt.png.

https://www.duden.de/dudenonline/.

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

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

https://www.integration-trier.de/informationen-und-fakten/zahlen/.

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

https://www.kvplusr.de/portal-tr1-v1/.

https://www.linguisticamente.org/linguistic-landscape-un-museo-di-parole-a-cielo-aperto/.

https://www.saarland.de/EN/history/europe-saarlorlux.

https://www.speisekarte.de/trier/restaurant/restaurant_zum_domstein/speisekarte.

https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri/.

https://www.treccani.it/enciclopedia/treviri_(Enciclopedia-dell'-Arte-Antica)/.

https://www.trier.de/rathaus-buerger-in/trier-in-zahlen/wirtschaft/.

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

https://www.uni-trier.de/fileadmin/profil/Universitaet_in_Zahlen/UIZ_2015.pdf.

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

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