



HAL
open science

Description oenologique de Grace Vineyard : une analyse textométrique et contextualisée

Weiwei Guo, Jun Miao

► To cite this version:

Weiwei Guo, Jun Miao. Description oenologique de Grace Vineyard : une analyse textométrique et contextualisée. Terminologies gastronomiques et œnologiques : aspects patrimoniaux et culturels, 2020. hal-03618097

HAL Id: hal-03618097

<https://hal.univ-lyon2.fr/hal-03618097v1>

Submitted on 14 Oct 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Description œnologique de Grace Vineyard : une analyse textométrique et contextualisée

Jun Miao, Lyon 2

miaojun@miaojun.net

Weiwei Guo, Lyon 2

weiwei.guo-gripay@univ-lyon2.fr

Introduction

La description du vin revêt une importance particulière en Chine, car la majorité des consommateurs font leurs achats en ligne, en s'appuyant, entre autres, sur les descriptions sensorielles et techniques pour faire leur choix¹. La présente étude tente de saisir les spécificités de ce genre textuel dans un contexte socio-culturel où la dégustation du vin a connu un récent, mais fulgurant succès. Quels sont les thèmes évoqués ? Existe-t-il un vocabulaire ou une terminologie spécifique ? Comment ce nouveau genre de texte s'adapte-t-il à la culture locale et évolue-t-il au fil du temps ? Et comment mener une recherche objective sur les textes œnologiques ? Nous essayons d'apporter une réponse à ces interrogations à l'aide des outils textométriques portant sur un corpus spécifique d'une entreprise chinoise, celui de *Grace Vineyard*.

Fondée en 1997 à Shanxi, au centre de la Chine, l'entreprise privée Grace Vineyard (怡园) est devenue, en à peine 20 ans, une star de la viti-viniculture chinoise. N'ayant à ses débuts que 60 hectares, ce vignoble a doublé sa taille en une décennie, pour atteindre plus de 120 hectares en 2007. Une équipe d'experts internationaux supervisent la production depuis la première vendange, en particulier grâce à la contribution de M. Denis Boubals (1926-2007). Les vins de Grace ont remporté de nombreux prix internationaux, et reçu des commentaires très positifs de la part des critiques.

Plusieurs éléments justifient notre choix de cette marque en tant qu'objet d'étude. D'une part, Grace semble avoir trouvé un équilibre entre l'exigence de la quantité, la diversité ainsi que

¹ Rapport de China Business Network Data, cité dans Weiwei GUO, J. M. (2018). "A la recherche des identités du vin en Chine: les grandes tendances actuelles." *Revue des œnologues* **168**: 55-59.

de la qualité de production. Ses produits ont une certaine renommée internationale tout en étant accessibles à la classe moyenne du pays. La clientèle et le style de communication sont représentatifs du marché émergent chinois. D'autre part, cette entreprise met à disposition sur son site officiel (<http://www.grace-vineyard.com/>) une fiche technique détaillée pour chaque vin, chaque millésime. Ces fiches, 134 en tout, couvrant 9 gammes de vins entre 2001 et 2017², constituent un corpus intéressant pour des analyses thématiques et chronologiques.

Depuis les années 1970, l'analyse des textes a été aussi bouleversée par la révolution informatique. Grâce aux outils de traitement automatique des langues (TAL), les chercheurs peuvent, en plus des traditionnelles approches herméneutiques, observer des phénomènes linguistiques de façon objective. De plus, grâce à des mesures statistiques et à la représentation visuelle des résultats, les outils textométriques permettent de réaliser des analyses textuelles de différents niveaux : « mot/terme », « segment » et « contexte » et donc d'approfondir les études terminologiques, qui demeurent encore souvent au niveau des termes isolés.

Pour notre étude, toutes les fiches techniques ont été compilées dans un même corpus (ci-dessus appelé *Corpus Grace*). Étant donné que le chinois est un *scriptio continua*, dans lequel les mots se suivent les uns après les autres sans aucun espace, une segmentation s'avère nécessaire avant de procéder aux analyses automatiques. Nous avons eu recours au *NLPIR-ICTCLAS* (Zhang, 2016) pour obtenir des mots et des informations POS (parts-of-speech). Le résultat a été ensuite revu manuellement afin de corriger les erreurs. Par ailleurs, des repères thématiques (gamme, couleur, parfum, goût, millésime, cépage...) ont été balisés de la manière suivante, à l'aide des numéros et des lettres, au format de XYZ_OP, afin de réaliser des analyses thématiques et chronologiques dans l'outil textométrique *Lexico 5* (André Salem, Paris 3).

- X indique la gamme (01, 02, 03... jusqu'à 09)
- Y le type de vin (« B » signifie *vin blanc*, « R » *vin rouge*, « S » *rosé*...)
- Z le numéro du produit à l'intérieur d'une gamme (01, 02, 03...)
- O distingue le millésime
- P indique la catégorie qui peut être : C (*couleur*), M (arôme), G (*goût*), L (zone de production)...

² Dernière consultation le 20 avril 2018.

Ex. : <couleur=YY_01R02_2001C>

Cette balise permet de repérer la description visuelle du premier vin rouge *Cabernet Sauvignon* de la gamme *Vineyard*, au millésime 2001.

I. Analyses textométriques et observations

Les dépouillements quantitatifs, basés sur le dénombrement des unités textuelles, permettent d'afficher les caractéristiques principales d'un corpus. Ils peuvent être très simples si l'on procède à un comptage absolu (ex. fréquence), mais aussi très sophistiqués lorsque l'on effectue des calculs statistiques multidimensionnels (ex. la typologie textuelle à l'aide de l'analyse factorielle des correspondances, calcul des spécificités). Ne possédant aucune hypothèse concrète à propos de notre corpus *Grace*, nous nous laissons guider par les informations recueillies au fur et à mesure des dépouillements afin de déterminer quels sont les points à approfondir.

.11 Principales informations quantitatives

Les informations quantitatives nous fournissent un regard global sur tous les produits de *Grace*. Selon les critères sélectionnés, nous obtenons des informations de différents types.

1.1.1 Au niveau des gammes

Neuf gammes de produits ont été progressivement lancées par *Grace Vineyard* entre 2001 et 2017:

1. Yiyuan – 怡园 – *Vineyard*
2. Jingxuan – 精选 – *Premium*
3. Zhencang – 珍藏 – *Tasya's Reserve*
4. Shenlan – 深蓝 – *Deep Blue*
5. Zhuangzhu – 庄主 – *Chairman's Reserve*
6. Zhouminqu – 奏鸣曲 – *Sonata*
7. Tebie – 特别 – *Special*

8. Qingchun – 庆春 – *New Year Wine*

9. Dening – 德宁 – *Agnelina Sparkling*³

Chaque gamme comprend, à son tour, plusieurs produits, en fonction du cépage ou des assemblages. L'ensemble des fiches techniques contiennent 13 726 mots, dont 3669 pour la gamme *Tasya's Reserve*, la plus importante de toutes. C'est dans cette gamme-là que les formes qui n'apparaissent qu'une fois – les hapax – se trouvent être également les plus nombreuses (404)..

En revanche, ce sont les gammes *Sonata* et *Angelina Sparkling* qui possèdent les fiches techniques les plus brèves, avec moins de 500 occurrences chacune. En effet, étant donné que *Sonata* est une gamme spéciale, elle n'a connu que deux éditions, aux millésimes 2010 et 2012. De même, *Angelina Sparkling* ne comprend que quatre produits, contre 27 pour la gamme *Vineyard*.

La forme 的 (équivalent approximatif de « de » en français) est la plus fréquente dans presque toutes les fiches techniques, hormis dans la gamme *Angelina Sparkling*, où la forme 发酵 (fājiào, *fermentation*) apparaît le plus fréquemment. Cela suggère que cette gamme met probablement l'accent sur le processus de vinification.

Tableau 1 : Principales informations quantitatives des gammes dans le Corpus *Grace*

N	Partie	Occurrences	Formes	Hapax	Fmax	Forme	Occurrences
1	YY_01Yiyuan	2458	602	273	153	的	
2	YY_02Jingxuan	2043	543	246	114	的	
3	YY_03Zhencang	3669	856	404	238	的	
4	YY_04ShenLan	1340	465	256	81	的	
5	YY_05Zhuangzhu	1502	533	295	64	的	
6	YY_06Zhoumingqu	409	232	132	11	的	
7	YY_07Tebie	762	373	219	41	的	
8	YY_08Qingchun	1049	505	335	82	的	
9	YY_09Dening	494	174	91	23	发酵	
T	Corpus	13726	1857	789	799	的	

1.1.2 Au niveau des millésimes

Nous observerons ensuite comment les formes et les occurrences sont réparties en fonction des millésimes.

³ Dans la suite cet article, nous utiliserons uniquement les appellations en anglais.

N°	Partie	Occurrences	Formes	Hapax	Fmax	Forme	Occurrences
1	YY_01B02_2005	61	54	50	5	的	
2	YY_01B02_2006	89	73	65	8	的	
3	YY_01B02_2007	36	33	32	4	的	
4	YY_01B02_2008	34	30	28	4	的	
5	YY_01B02_2009	89	71	58	5	发酵	
6	YY_01B02_2010	105	81	62	5	发酵	
7	YY_01B02_2011	115	95	79	4	发酵	
8	YY_01B02_2012	190	136	106	6	的	
9	YY_01R02_2001	114	89	78	10	的	
10	YY_01R02_2003	59	48	43	7	的	
11	YY_01R02_2005	55	44	37	6	的	
12	YY_01R02_2006	55	44	37	6	的	
13	YY_01R02_2007	55	44	37	6	的	
14	YY_01R02_2008	35	32	29	2	的	
15	YY_01R03_2009	122	99	85	6	发酵	
16	YY_01R03_2010	140	102	79	8	的	
17	YY_01R03_2011	217	138	100	16	的	
18	YY_01R03_2012	182	135	108	10	的	
19	YY_01R03_2014	33	30	27	2	的	
20	YY_01R03_2015	109	83	68	6	的	
21	YY_01S01_2004	71	59	54	9	的	
22	YY_01S01_2005	71	60	56	9	的	
23	YY_01S01_2008	29	25	22	3	的	
24	YY_01S01_2009	103	81	65	5	的	
25	YY_01S01_2010	119	91	72	6	发酵	
26	YY_01S01_2012	182	109	72	6	的	
27	YY_01S01_2013	95	76	64	5	的	

Tableau 2 : Extrait des principales informations quantitatives
du Corpus *Grace* au niveau des millésimes

Le tableau 2 est un extrait dans lequel figurent trois produits de la gamme *Vineyard* : un vin sec *Chardonnay* aux millésimes de 2005-2012, un vin rouge *Cabernet sauvignon* de 2001-2015 ainsi qu'un rosé de 2004-2013. Les évolutions majeures du nombre d'occurrences et de la forme la plus fréquente pour chaque volet du corpus nous conduisent à formuler les trois hypothèses suivantes :

- 1) il existe une certaine stabilité lexicale chez Grace Vineyard ;
- 2) deux évolutions lexicales assez nettes ont eu lieu respectivement en 2009 et en 2012 : car, avant 2009, les fiches contenaient en général moins de 90 occurrences, exception faite du premier vin au millésime 2001 (YY_01R02_2001, 114 occurrences). Mais, à partir de 2009, une augmentation générale des occurrences s'est produite dans l'ensemble des produits (supérieure à 100). Cette augmentation est devenue encore plus forte en 2012. Et les nombres de formes et d'hapax ont suivi la même évolution ;
- 3) une partie plus technique a été ajoutée dans les fiches des produits entre 2009 et 2011 car le terme 发酵 (fājiào, *fermentation*) devient la forme la plus fréquente dans plusieurs produits datant de cette période.

1.2 Analyses multidimensionnelles des descriptions œnologiques

Une fois obtenues les informations quantitatives globales du corpus, nous entrons dans une analyse plus fine des données : comment les descriptions varient-elles selon les gammes, les millésimes au sein d'une gamme et dans l'ensemble du corpus ? En quoi la description d'un vin rouge diffère-t-elle de celle d'un vin blanc ?

De telles questions sont en effet liées, non seulement à l'analyse des éléments lexicaux d'une fiche technique pour un produit mais aussi à de multiples autres facteurs interactifs. Afin de répondre à ces questions, nous avons eu recours aux *méthodes de statistique multidimensionnelle*⁴, qui s'avèrent plus dynamiques pour mettre en évidence la différence entre les unités décomptées à l'intérieur d'un corpus.

1.2.1 Typologie sur l'ensemble des produits

Afin de dresser une typologie des descriptions sur l'ensemble des produits à partir du stock distributionnel du vocabulaire utilisé, nous avons soumis à l'*Analyse Factorielle des Correspondances* (AFC) le tableau constitué par le décompte des occurrences, dans chacun des huit congrès, des 510 formes dont la fréquence dépasse 5 occurrences dans l'ensemble du corpus *Grace*.

Trois grands blocs peuvent être clairement identifiés: le bloc A (au centre des axes) regroupe les vins rouges et blancs, le bloc B (en bas sur l'axe Y) correspond aux vins effervescents *Agnelina Sparkling*, et le bloc C, un peu plus étendu, réunit les vins de l'édition spéciale *New Year Wine*.

En faisant un focus sur le bloc A, on remarque, hormis quelques exceptions, une transition entre les vins rouges (globalement au-dessus de l'axe horizontal) et les vins blancs (en-dessous) en passant par des vins spéciaux (03R08- *Deep Blue*, 03R09- *Aglianico*). En effet, ces derniers, souvent des assemblages associés à des méthodes expérimentales, apportent de nouvelles expériences sensorielles.

Le bloc B, constitué des vins effervescents, se situe au-dessous des vins blancs. Sa position est relativement isolée du fait de son processus de fabrication particulier marqué par une

⁴ Benzcri (1968, 1973, etc.) a initialement préconisé et développé des méthodes multidimensionnelles dans l'analyse exploratoire de données textuelles. De nombreux successeurs ont contribué au développement des méthodes de la statistique multi-dimensionnelle afin d'extraire et d'appréhender ensuite des informations des données (voir Lebart et Salem 1994 : 244).

double fermentation et ces vins n'ont pas besoin d'être conservés en fût. D'ailleurs, à l'intérieur de cette série, la très grande proximité des positions respectives des trois produits (09Q02-09Q03-09Q04), voire leur juxtaposition, peut s'expliquer par leurs descriptions presque identiques.

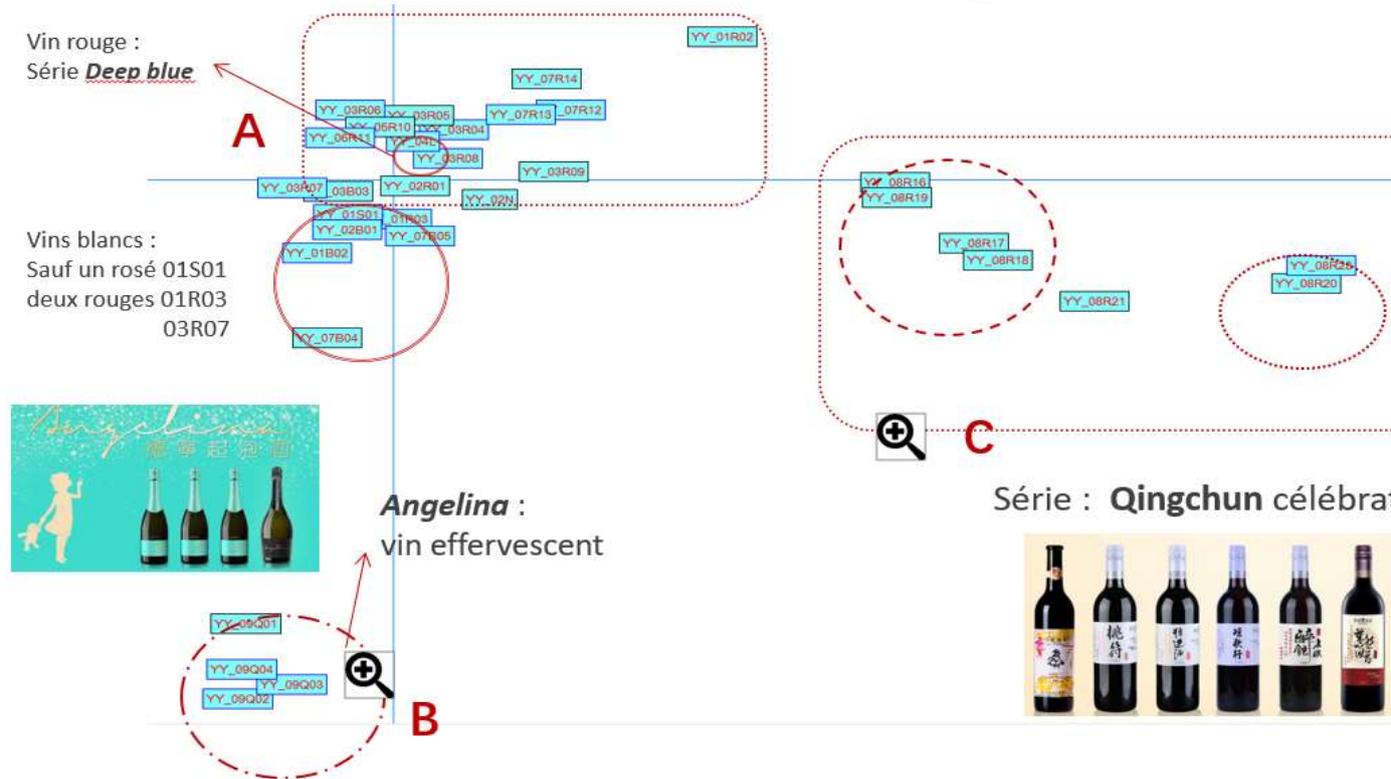


Figure 1 : Typologie de l'ensemble des descriptions œnologiques des produits du corpus

Grace

510 formes de fréquences supérieures à 5.

Quant au bloc C, les stratégies de communication rendent cette gamme très particulière. En effet, appelée *la Célébration printanière*, elle est constituée des vins lancés à l'occasion du Nouvel an chinois dès les premières années de l'entreprise (il s'agit de son premier vin). Chaque édition tire son nom d'une expression extraite de la littérature classique : par exemple, 将进酒 (jiāng jìn jiǔ, *Veillez boire*) vient d'un poème de Li Bai (701-762), ou encore 堂前燕 (tángqián yàn, *hirondelles volant devant la maison*) d'un poème de Liu Yuxi (772-842). Les étiquettes de cette gamme sont aussi très particulières, avec leurs visuels et leurs calligraphies typiquement chinois. Dans les fiches techniques de cette série, outre les items généraux comme la robe, le nez et la bouche, nous trouvons notamment un texte qui explique les choix de ce nom. C'est précisément cette rubrique qui rend les descriptions de cette série relativement hétérogènes, d'où une plus grande étendue sur la figure 1.

Dans la zone du groupe *New Year Wine* (bloc C), s'est glissé un intrus : il s'agit du vin Nianhua (*du temps*, nom en anglais : *Imaginist*). En effet, c'est un vin rouge de la gamme *Special*. La rubrique « News » du site de l'entreprise dévoile l'origine de ce produit : le fruit d'une coopération entre trois parties - l'écrivain chinois contemporain Liang Wendao, le graphiste et relieur Lu Zhichang et le sommelier de Grace Vineyard Li Yanyan (Yean). Ils se sont réunis dans cette aventure, afin d'incarner une idée, le rêve des lettrés chinois grâce à un produit. Avec le texte explicatif, la fiche d'*Imaginist* ressemble beaucoup à celle de *New Year Wines*, tout en poursuivant la même ligne de stratégie en communication.

1.2.2 A l'intérieur d'une gamme (premium)

Un examen précis de l'évolution des descriptions au sein d'une gamme apporte aussi des informations intéressantes. Par exemple, l'AFC de la gamme *Premium* donne les résultats suivants :

1. une distinction assez nette à la frontière du millésime 2009. Les produits antérieurs à cette date se trouvent proches, occupant la gauche de la figure, tandis que ceux qui sont postérieurs sont davantage réunis autour du centre de la figure ;
2. le regroupement des millésimes après 2009 (ex. 2014 et 2015, 2010 et 2012) suggère des descriptions très similaires, tandis que les positions relativement dispersées des fiches de produits apparus avant 2009 traduisent une plus grande disparité quant à leur contenu ;

3. l'évolution lexicale ne suit pas parfaitement la ligne chronologique, ce qui est tout à fait logique, car les caractéristiques sensorielles du vin dépendent entre autres du climat et des méthodes d'élaboration. Ainsi, les années 2006 et 2004, qui ont connu des précipitations moins importantes (d'après les rapports annuels de Grace) ont donné deux millésimes proches. Il en est de même pour le couple des millésimes 2010 et 2012.

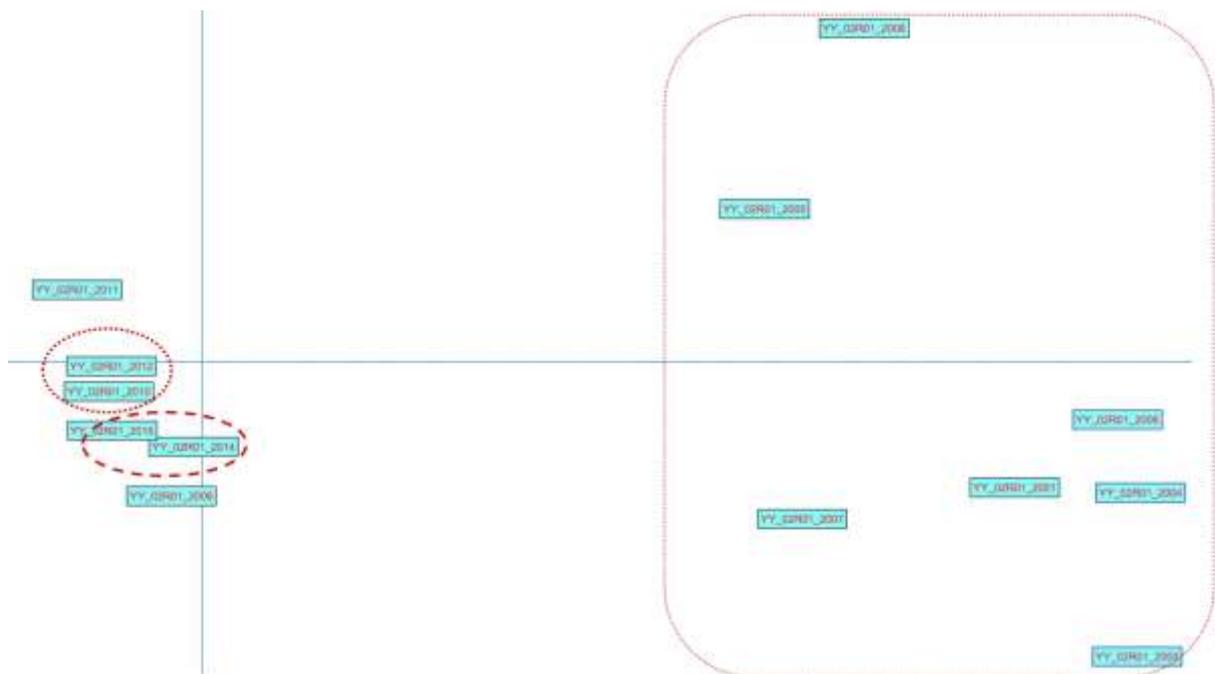


Figure 2 : AFC des descriptions œnologiques de chaque produit au sein de la gamme *Premium*

1.3. Méthodes de recherches thématiques

1.3.1 Sous-corpus thématique et affiche contextuelle

Une description œnologique aborde divers thèmes. Mais, contrairement à l'être humain, la machine ne les reconnaît pas. Il faut donc ajouter des balises thématiques. Pour notre étude, chaque item d'une fiche technique a été balisé : couleur, arôme, goût, cépage, etc. Cependant, certains thèmes, du fait de leur proximité (par exemple, arôme et goût), auraient des termes communs. Ainsi, pour rendre compte de ces éventuelles intersections thématiques, il faut bénéficier d'une méthode qui puisse réunir des productions textuelles présentant de fortes

caractéristiques d'homogénéité, même si elles se répartissent dans différents endroits du corpus (Salem 1991, 1994).

Suivant la méthode avancée par Miao & Salem (2018), dans l'analyse textométrique, en plus d'un accès direct au contexte, à l'aide de la fonction des groupes de termes (voir le manuel d'utilisation du Lexico, Lamalle et 2003), la cartographie permet de localiser, puis d'exporter des sections où figurent les mots présentant des similarités. La figure suivante est un extrait de la cartographie de la description olfactive. Chaque carré correspond à l'unité textuelle prédéfinie lors de la construction du corpus. Ici, il s'agit des items dans les fiches techniques. De cette manière, une seule page d'écran peut afficher l'ensemble des fiches techniques. Un clic sur le carré permet d'accéder au contenu correspondant. On peut facilement remarquer que la description olfactive partage plusieurs termes avec la description gustative, par exemple 香 (xiāng, parfum) et 味 (wèi, odeur, goût), que l'on retrouve aussi bien dans l'item « arôme » que dans l'item « goût ». Ces deux termes génériques sont généralement précédés d'un déterminant qui précise le type d'odeur/de goût. Dans la figure ci-dessous, nous avons « parfum floral » (花香, huāxiāng), « parfum fruitier » (果香, guǒxiāng) et « odeur pimentée et poivrée » (辛辣味, xīnlà wèi) pour la description olfactive, le parfum de fraise et de pêche, et le goût de fruits à coque grillés (烤坚果味, kǎo jiānguǒ wèi) pour la description gustative.

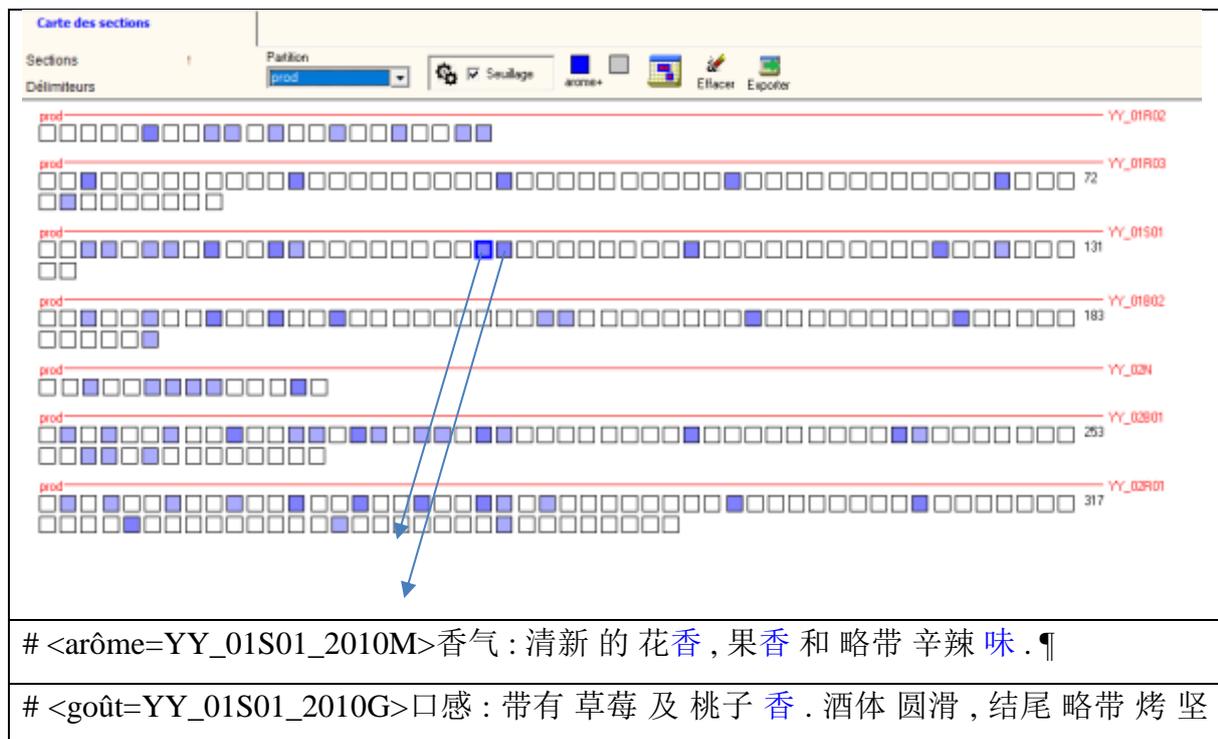


Figure 3: cartographie thématique

1.3.2 Calcul des spécificités

Quelles sont les caractéristiques respectives des vins blancs et des vins rouges ? Parle-t-on de ces deux types de vin de la même manière ? Il s'agit là d'autant de questions qui nous amènent à scruter les différences lexicales entre les descriptions du vin blanc et celles du vin rouge. Pour cette analyse, nous procéderons à des calculs de spécificités, qui permettront de déterminer, à partir des informations issues des dépouillements quantitatifs sous des formes graphiques, les formes les plus caractéristiques de chaque sous-partie du corpus. Ce corpus a été divisé en deux sous-parties : les vins rouges et les autres (blanc, rosé, effervescent). Leurs termes les plus représentatifs sont recensés dans les deux tableaux ci-dessous. La colonne «F» indique la fréquence totale du corpus, la colonne «f» la fréquence dans la sous-partie, et «S» l'indice de spécificité.

Tableaux 3 et 4 : Les spécificités majeures du vin rouge et du vin blanc du corpus *Grace*

Terme	Eq. F	F	f	S	Terme	Eq. F	F	f	S
赤霞珠	<i>cabernet</i>	72	68	8	禾杆	<i>jaune paille</i>	30	30	12
深	<i>foncé</i>	48	43	4	黄色	<i>jaune</i>	20	20	8
红色	<i>rouge</i>	34	33	5	霞多丽	<i>chardonnay</i>	22	21	8
法国	<i>France</i>	63	57	5	热带	<i>tropical</i>	17	17	7
梅鹿辄	<i>merlot</i>	47	44	5	奶油	<i>crème</i>	16	15	6
香料	<i>épice</i>	45	41	4	浅	<i>léger</i>	30	25	6
单宁	<i>tanin</i>	39	38	6	清新	<i>fraîclacheur</i>	24	19	5
宁夏	<i>Ningxia</i>	23	22	4	青	<i>vert</i>	10	10	5
雪松	<i>cèdre</i>	16	16	3	矿物	<i>minéralité</i>	10	10	5
世界	<i>international</i>	17	17	4	柠檬	<i>citron</i>	10	10	5
黑	<i>noir</i>	19	19	4	柑橘	<i>clémentine</i>	11	11	5
我们	<i>nous</i>	12	12	3	不	<i>non</i>	30	23	5
上	<i>sur</i>	40	38	5	突出	<i>remarquable</i>	13	12	5
10%	<i>10%</i>	20	20	4	色	<i>couleur</i>	11	11	5
巧克力	<i>chocolat</i>	20	20	4	摄氏	<i>celsius</i>	9	9	5

胡椒	<i>poivre</i>	17	17	4	香瓜	<i>melon</i>	7	7	4
天	<i>temps</i>	15	15	3	微	<i>peu</i>	36	25	4
及	<i>et</i>	111	86	3	酵母	<i>levure</i>	7	7	4
陈年	<i>âgé</i>	14	14	3	瓜果	<i>fruit</i>	7	7	4
高温	<i>chaleur</i>	14	14	3	淡	<i>léger</i>	7	7	4
黑醋栗	<i>cassis</i>	14	14	3	黄	<i>jaune</i>	8	8	6
中度	<i>moyen</i>	38	34	3	绿色	<i>vert</i>	8	8	4
18	<i>18</i>	13	13	3	基础	<i>base</i>	8	8	4
浸泡	<i>macération</i>	13	13	3	酸度	<i>acidité</i>	85	49	3
紫色	<i>violet</i>	13	13	3	橙	<i>orange</i>	5	5	3

Ces deux tableaux présentent des résultats à première vue très contrastés. Cependant, en examinant de près les mots relevés, nous y voyons des traits communs. Outre les cépages typiques - *cabernet sauvignon* (赤霞珠, chixiázhū), *merlot* (梅鹿辄, méilùzhé) pour les vins rouges, et le *chardonnay* (霞多丽, xiáduōlì) pour les autres, les mots spécifiques concernent essentiellement deux catégories : la description sensorielle et les méthodes d'élaboration.

Les vins rouges de Grace sont généralement d'une couleur foncée telle que *rouge* (红色, hóngsè), voire *violet* (紫色, zǐsè) et leur arôme, à savoir l'*épice* (香料, xiāngliào), le *cèdre* (雪松, xuěsōng) et le *chocolat* (巧克力, qiǎokèlì) semble être leur goût typique, donc une note pour du vin âgé. Le *tannin* (单宁, dānníng) constitue bien entendu un indice incontournable pour les rouges et ils sont globalement décrits comme *équilibrés* (中度, *moyen*). Quant aux vins blancs, leur robe évolue entre *jaune* (黄/色, huáng/sè), *jaune paille* (禾杆, hégān) et un *vert claire* (青, qīng). Le parfum des fruits *tropicaux* (热带, rèdài) est leur arôme typique. Les références gustatives convergent sur une note acidulée (agrumes : *citron* (柠檬, níngméng), *clémentine* (柑橘, gānjú), *orange* (橙, chéng) et *levure* (酵母, jiàomǔ)), moelleuse (*melon*, 香瓜, xiāngguā) et une texture onctueuse (*crème*, 奶油, nǎiyóu). Il y a aussi la fameuse *minéralité* (矿物, kuàngwù). D'ailleurs, les marqueurs de modifications permettant de préciser l'intensité (notamment d'une couleur) ont été largement relevés dans les deux catégories, *profond* (深, shēn) pour le vin rouge, *peu* (微, wēi), *léger* (浅, qiǎn) et *clair* (淡, dàn) pour le vin blanc.

Les mots tels que : à *haute température* (高温, gāowēn), la *macération* (浸泡, jìnpào) laissent percevoir les techniques d'élaboration du vin rouge, sans oublier l'élevage (souvent d'une durée de **18** mois). Le pays la *France* (法国, fǎguó) a aussi une fréquence importante.

Il est généralement associé au **fût** (橡木桶, xiàngmùtǒng) - élément considéré comme important en Chine pour faire du bon vin.

Nous remarquerons dans ces listes de mots que les vins rouges de Grace ont remporté de nombreux prix *internationaux* (世界, shìjiè) et que la communication joue davantage sur la corde *ethos* - le pronom personnel *nous* (我们, wǒmen) est apparu en tant que terme spécifique exclusif de ce côté-là. En ce qui concerne les vins blancs et rosés, les températures optimales de dégustation (摄氏, shèshì) ont été soigneusement notées, car ce point technique ne fait pas encore partie de la culture des consommateurs moyens chinois.

En résumé, les principales divergences lexicales de notre corpus portent sur les six aspects suivants :

- 1) visuel ;
- 2) olfacto-gustatif ;
- 3) intensités (ex. modificateur d'adverbe, de verbe, etc.) ;
- 4) cépages (ex. type, terrain et formule) ;
- 5) techniques d'élaboration (ex. fermentation, température) ;
- 6) communications (ex. recours au pronom personnel, mention des concours).

Du fait de l'ampleur des champs concernés et de la contrainte du nombre de pages dans la rédaction, nous limiterons dans le présent chapitre nos analyses aux deux premiers aspects.

2 Analyses détaillées du contexte

Les résultats quantitatifs obtenus ci-dessus nous conduisent à mener des études détaillées dans le contexte textuel (à l'aide de la concordance et de la cartographie dans l'outil *Lexico 5*) et mis en lien avec des éléments socio-culturels. Divers résultats montrent qu'il existe :

- un système terminologique interne de l'entreprise ;
- une prise en compte des cultures et des préférences des Chinois ;
- une façon parfois holiste de décrire les différents aspects organoleptiques, non sans créer, dans certains cas, de la confusion.

2.1 Description visuelle

2.1.1 Roue des couleurs

Une roue des couleurs a été produite à partir de l'extraction de l'ensemble des descriptions visuelles du corpus et de la récolte des termes de couleurs (fréquence ≥ 2). Une référence RGB pour chaque couleur⁵ et son emploi concret dans le corpus en pourcentage y sont indiqués.

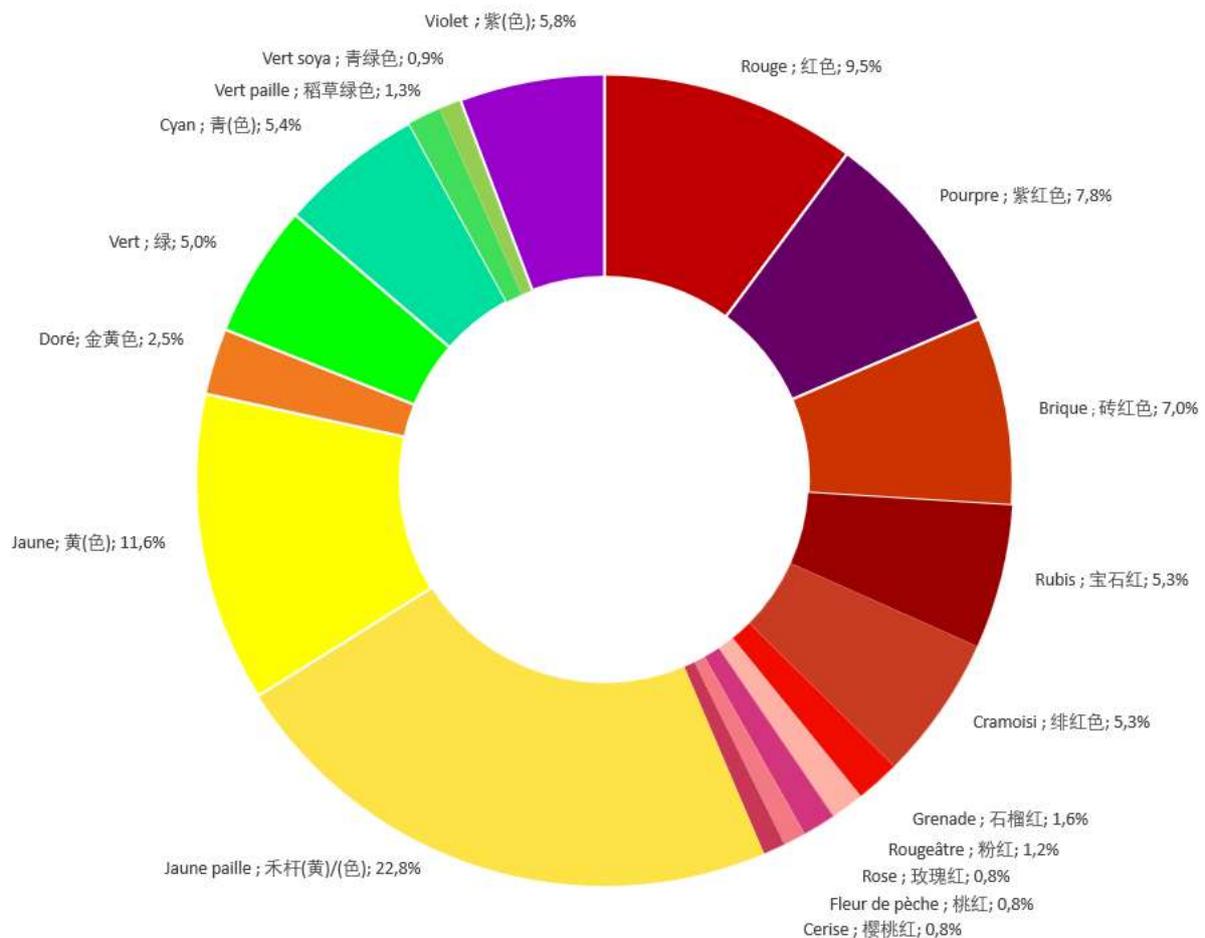


Figure 4 : La roue de la robe de Grace Vineyard (Fréquence ≥ 2)

Nous constatons d'abord une notable différence entre le nombre de descripteurs des vins rouges et celui des vins blancs : 11 pour les uns et 6 pour les autres, presque du simple au double. Ce grand écart est probablement dû à la prépondérance que prennent les vins rouges (83 produits contre 44 pour les vins blancs et autres) dans la production de Grace (mais aussi

⁵ Nous avons consulté divers sites web pour trouver des références de couleurs qui correspondent précisément: Traditional Chinese Colors (<http://boxingp.github.io/traditional-chinese-colors/>), couleurs chinoises (<http://zhongguose.com>), Panorama des couleurs (<http://www.yansedaquan.com>), transfert en RGB (<https://www.rgbtohex.net/hextorgb/>). Dernière consultation de ces sites le 24 décembre 2018.

sur le marché chinois). Les distributions internes de ces deux catégories divergent également beaucoup. Alors que la majorité des vins blancs ont une robe jaune paille (禾秆(黄)/(色), hégān huáng sè), il n'existe pas une seule couleur dominante pour les vins rouges, mais cinq (rouge, pourpre, brique, rubis et cramoisi), avec une répartition relativement équilibrée (entre 5.7% et 10.1%).

La forme des descripteurs mérite aussi que l'on s'y intéresse. Les descripteurs de couleurs en chinois se classent en deux catégories hiérarchiques : les termes⁶ généraux pour les grandes espèces comme 红 (rouge), 黄 (jaune), 绿 (vert), 白 (blanc), 黑 (noir), etc. ; les termes plus précis composés d'un terme général et d'un modificateur qui le précède. Le modificateur le plus courant est un objet qui représenterait le mieux la couleur en question. Par exemple : 玫瑰红 (rouge-rose), ou 苹果绿 (vert-pomme). (ZENG Qingzhu 2018). Cette composition a l'avantage d'être très souple et d'évoquer, en fonction de la référence choisie, des imaginaires et sentiments. Une autre façon d'apporter la nuance à la couleur consiste à combiner deux couleurs proches, comme 青绿色 (qīnglǜsè, cyan+vert, similaire à turquoise, que l'on traduirait par *vert soja*). Les descripteurs présents dans notre corpus ont pour la plupart la forme d'un « objet + un terme général ». Cependant, si des expressions comme « rouge rubis » ou « rouge brique » sont bien ancrées dans la langue ordinaire, l'expression « jaune paille » n'apparaît que dans les corpus œnologiques. Ce calque (du français « jaune paille » ou de l'anglais « straw yellow ») laisse percevoir une influence occidentale sur la terminologie œnologique en chinois.

Un emploi de couleur qui semble assez particulier est celui du violet, avec deux teintes : *violet* (紫(色), zǐ sè), et *pourpre* (紫红色, zǐhóngsè). Si elles n'apparaissent pas fréquemment dans la description d'un vin rouge en français, en revanche, le pourcentage de leur utilisation dans notre corpus Grace (au total 13,8%) ne peut être ignoré. Dans ce qui suit, nous nous focalisons sur leurs emplois dans le corpus.

2.1.2 Segments répétés autour du violet

Vif, mystérieux mais aussi réservé, le *pourpre*, mêlant le rouge et le bleu, est considéré comme une couleur de noblesse en Chine, un symbole de la maison impériale. Dès la

⁶ Ici, au sens général de « mot, expression ».

première dynastie chinoise de Qin (221-207 av. J. C), le *pourpre* a été considéré comme la couleur céleste. La *cité interdite* en chinois est 紫禁城 (zǐ+jìn+ch ng), mot-à-mot *la cité interdite de l'étoile pourpre*. L'étoile pourpre désigne en effet l'étoile polaire, représentant le milieu céleste et l'éternité. Considéré comme fils du ciel, l'empereur chinois pense que son palais devrait être un palais céleste, donc un palais pourpre. C'est la raison pour laquelle en chinois on peut trouver différents mots contenant le morphème 紫 (zǐ), tels que 紫穹 (zǐqi ng, pourpre-ciel, *ciel*), 紫气 (zǐqì, pourpre-nuage, *nuage*) qui font référence à un monde céleste, même s'il n'y pas de lien direct avec la couleur.

Il existe un écart dans les nuances de teintes : en chinois, le caractère 紫 (zǐ) peut correspondre tout à la fois au *violet* et au *pourpre* en français. Pour faciliter la lecture, nous adoptons la règle suivante dans notre traduction littérale : le terme 紫 (zǐ) et le mot 紫色 (zǐs ) seront traduits par *violet*, et 紫红色 (zǐhóngsè) par *pourpre*.



Terme	F
紫红色	19
紫色	13
紫	3
紫罗兰	2
略带紫红色	2
略带紫色	6
深紫红色	2
深红色略带紫色	2
微泛浅紫色光晕	2
微泛紫色光晕	3

Figure 5 : Extrait des résultats du « groupe de termes » autour de 紫 (zǐ, *violet*)

La figure 5 est un extrait du groupe des termes contenant le caractère 紫 (zǐ, *violet*), dans lequel nous pouvons distinguer trois catégories :

- forme isolée : 紫 (zǐ, *violet*) ;
- forme contenant le motif : 紫色 (zǐs , *violet*), 紫红色 (zǐhóngsè, *pourpre*), 紫罗兰 (zǐlu l n, *violette*) ;

- segments répétés contenant le motif : 略带 紫红色 (lüèdài zǐhóngsè, avec une légère nuance pourpre), 深紫色 (shēn zǐsè, violet foncé)

Si l'on observe respectivement 3 fois la forme isolée 紫 (zǐ) et à 13 reprises le mot 紫色 (zǐ sè) dans ce corpus, c'est au niveau des expressions que l'on en trouve beaucoup plus de variétés. Que ce soit avec le verbe 略带 (lüè dài, posséder légèrement), ou l'adverbe de degré 深 (shēn, profond, foncé), l'utilisation du motif violet s'élargit dans les contextes. Une concordance autour du motif 紫红色 (pourpre) révèle plus clairement ce phénomène langagier.

2.1.3 Contexte autour du violet

Une concordance autour du terme 紫红色 (pourpre) démontre davantage ses emplois détaillés, regroupés en fonction des produits :

Partie : YY_01R03, nombre de contextes : 1	引人如醉的佐餐葡萄酒。¶# 怡园干红 ¶# 颜色 : 紫红色	中带有粉色。¶# 香气 : 红莓果味, 伴随着
Partie : YY_01S01, nombre de contextes : 3	结构给人带来无比愉悦醇受! ¶# 颜色 : 明亮的淡	紫红色 ¶# 香气 : 新鲜的浆果香气, 透着明显的
	韵悠长, 张力强劲, 回味干爽 ¶# 颜色 : 明亮的淡	紫红色 ¶# 香气 : 清新的花香和果香味。¶# 口感
	[- 10 度左右。最佳夏季饮品! ¶# 颜色 : 明亮的淡	紫红色 ¶# 香气 : 清新的花香, 果香和略带辛辣
Partie : YY_02R01, nombre de contextes : 2	短期储存, 观察该酒在瓶陈期的变化。¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 红浆果及樱桃味主导, 略带烟
	味; 收结处可感受到柔和而平衡的酸度 ¶# 颜色 :	紫红色 中带有粉色, 稍微有些褐色光晕。¶# 香
Partie : YY_03R07, nombre de contextes : 1	10 ¶# 珍藏 西拉 ¶# 葡萄品种 : 100% 西拉 ¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 甘草香气 略带胡椒香料的气息
Partie : YY_04L, nombre de contextes : 4	略带辛辣的面食搭配。¶# 颜色 : 深宝石红, 略带	紫红色 ¶# 酒评 : 2010 年份深蓝采用了山西和
	成。进入橡木桶中陈年。¶# 颜色 : 深宝石红, 略带	紫红色 ¶# 香气 : 具雪松木, 香料和黑浆果香
	口感醇香, 但是又能马上品尝。¶# 深蓝 ¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 04 年的深蓝带给人颇为饱满
	# 建议 : 当前即可饮用, 仍有陈年潜力。¶# 颜色 :	紫红色 显示其丰富, 成熟的个性。¶# 香气 : 香气
Partie : YY_05R10, nombre de contextes : 4	浸泡, 使得提取物质更为柔和。¶# 颜色 : 亮丽深	紫红色 ¶# 香气 : 2009 年庄主珍藏选用了年份陈
	后, 进入瓶中陈酿约 6 个月。¶# 颜色 : 亮丽的深	紫红色 ¶# 香气 : 成熟莓类芳香, 少许烟熏香气
	2018 年 ¶# 建议 : 开瓶两小时饮用更佳。¶# 酒评 :	紫红色 味道上具有红樱桃, 黑醋栗, 青椒。略带
	冲 : 57% 赤霞珠, 33% 梅鹿辄, 10% 品丽珠 ¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 带有杉木, 黑樱桃, 红樱桃, 香料
Partie : YY_08R20, nombre de contextes : 1	¶# 葡萄品种 : 50% 赤霞珠 & 50% 梅鹿辄 ¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 清新的红色水果香气 ¶# 口感 :
Partie : YY_08R21, nombre de contextes : 1	80% 赤霞珠 & 20% 梅鹿辄 ¶# 颜色 : 颜色呈浓郁的	紫红色 ¶# 香气 : 香气中带草莓 & 樱桃和微微的
Partie : YY_08R22, nombre de contextes : 1	品种 : 100% 赤霞珠 (84% 山西 & 16% 宁夏) ¶# 颜色 :	紫红色 ¶# 香气 : 红色水果的香气, 带点辛味, 苜

Figure 6 : Concordance avec le pôle 紫红色 (zǐ hóng sè, pourpre)

Dans la figure 6, outre les 7 cas où le terme *pourpre* est utilisé tout seul, soulignés par les traits dans la figure, il existe 11 autres cas où il apparaît combiné à d'autres éléments du texte. Par « tout seul », nous entendons un emploi simple dans une description, sans qu'il soit associé à d'autres termes (ex. adverbe de degré, nom, adj. etc.) ni à d'autres expressions.

D'ailleurs, on trouve plusieurs fois au sein des produits les mêmes séquences de descriptions visuelles. Par exemple, pour le produit 01S01, un rosé de *fleur de pêche* (01S01) de la gamme de *Vineyard*, la séquence *pourpre pâle brillant* (明亮的淡紫红色) est répétée trois fois, respectivement pour les années 2008, 2009 et 2010.

Un sous-corpus thématique de couleur réunissant toutes les descriptions visuelles permet de comprendre comment l'emploi de ce terme évolue au fil du temps.

# <annee=YY_01R02_2005>	颜色：中度偏深的宝石红，微泛紫色光晕
# <annee=YY_01R02_2006>	颜色：中度偏深的宝石红，微泛紫色光晕
# <annee=YY_01R02_2007>	颜色：中度偏深的宝石红，微泛紫色光晕
# <annee=YY_01R03_2009>	颜色：紫红色中带有粉色。
# <annee=YY_01S01_2008>	颜色：明亮的淡紫红色
# <annee=YY_01S01_2009>	颜色：明亮的淡紫红色。
# <annee=YY_01S01_2010>	颜色：明亮的淡紫红色。
# <annee=YY_02R01_2008>	颜色：深红色略带紫色
# <annee=YY_02R01_2009>	颜色：紫红色中带有粉色，稍微有些褐色光晕。
# <annee=YY_02R01_2010>	颜色：深红色，略紫色。
# <annee=YY_02R01_2011>	颜色：深红色，略带紫色。
# <annee=YY_02R01_2012>	颜色：紫红色。
# <annee=YY_03R04_2004>	颜色：明亮的砖红色，微泛浅紫色光晕
# <annee=YY_03R04_2010>	颜色：深红色，略带紫色。
# <annee=YY_03R06_2004>	颜色：明亮的砖红色，微泛浅紫色光晕

Figure 7 : Extrait du corpus thématique de la couleur pourpre regroupé par année

En parallèle à une continuité terminologique constatée au sein d'un produit, il existe également une certaine continuité entre différents produits. Par exemple, l'expression *ayant légèrement un halo violet* (微泛紫色光晕) apparaît pour le *cabernet sauvignon* de *Vineyard* (01R02, 2005-2006-2007), mais aussi pour le *Cabernet Franc* (03R04, 2004) et le *Cabernet sauvignon* (03R06, 2004) de la gamme *Tasya's Reserve* ; de même, le segment

rouge foncé (,) *légèrement violet* (深红色略带紫色), apparaît aussi bien pour le *Rouge sec de Premium* (02R01) que pour le *Cabernet Franc de Tasya's Reserve* (03R04).

Le tableau suivant recense toutes les séquences contenant le terme « violet + ». Le nombre de fréquences y est également précisé. Encore une fois, il convient de souligner que jamais les termes de couleur *violet*, 紫 (zǐ) ou 紫色 (zǐ sè) n'ont été utilisés tout seuls. Malgré ses 9 emplois en tant que terme isolé, le terme 紫红色 (zǐ hóng sè, *pourpre*) apparaît principalement en combinaison avec d'autres couleurs ou séquences, telles que *rouge rubis profond, légèrement avec du pourpre ; pourpre pâle brillant ; pourpre foncé vif ...*

Tableau 5 : Recensement des utilisations du terme de couleur « violet+ » dans le corpus

Grace

紫	<i>violet</i>	0
紫色	<i>violet</i>	0
紫红色	<i>pourpre</i>	8
深红色 (,) 略(带)紫色	<i>Rouge foncé (,) légèrement (avec) violet</i>	5
深红色带紫色边缘	<i>Rouge foncé avec des bords violets</i>	1
深宝石红, 略带紫红色。	<i>Rouge rubis profond, légèrement avec pourpre</i>	2
明亮的淡紫红色	<i>Pourpre pâle brillant</i>	3
中度偏深的宝石红, 微泛紫色光晕	<i>Rouge rubis moyennement profond, ayant légèrement un halo violet</i>	3
紫偏粉的宝石红	<i>Rouge rubis avec un violet légèrement rosé</i>	3
紫红色显示其丰富, 成熟的个性。	<i>pourpre manifestant les caractéristiques de richesse et de mature.</i>	1
亮丽(的)深紫红色。	<i>pourpre foncé vif</i>	2
深至黑红色, 略带紫色。	<i>Profond jusqu'au rouge intensif voire noir, légèrement violet.</i>	2
明亮的砖红色, 微泛浅紫色光晕	<i>Rouge brique brillant, ayant légèrement un halo violet</i>	2
颜色呈浓郁的紫红色	<i>La couleur est un pourpre profond</i>	1
紫红色中带有粉色, 稍微有些褐色光晕	<i>Pourpre rosé, ayant légamenet un halo brun.</i>	1
紫红色中带有粉色。	<i>Pourpre rosé</i>	1

2.2 Description olfacto-gustative

Plus que la couleur, les descriptions olfacto-gustatives constituent certainement la partie la plus subtile d'un commentaire sur le vin. A cause de la pauvreté des termes consacrés à ce domaine, les œnologues ont l'habitude de recourir à la métaphore (Amorariței 2002). Dans la littérature œnologique en français, les spécialistes ont repéré la prédominance de plusieurs types de métaphores: l'être humain, la spatialité, la matière... (Moutat 2010, TSAI 2014). Comment font les experts de *Grace* pour exprimer toutes les nuances sensorielles ?

Dans la section 2.3, la cartographie fait déjà état d'une grande similarité lexicale entre les descriptions olfactives et celles gustatives, même si elles sont séparées, sur la fiche technique, en items distincts. Cette tendance a encore été renforcée récemment, puisque depuis 2013, huit fiches techniques ont vu disparaître les items « couleur », « arôme » et « goût », au profit d'un « commentaire du vin » (酒评, jiǔpíng) plus global, où toutes les informations sensorielles sont présentées avec un style cumulatif. Ce phénomène n'est pas, à nos yeux, sans lien avec certaines caractéristiques linguistiques du chinois moderne.

2.2.1 Terminologie chinoise à propos de l'odeur et de la saveur

De même que les descripteurs chromatiques, les descripteurs olfacto-gustatifs sont généralement composés d'un modificateur et d'un terme général. Le terme 味 (wèi) désigne tout à la fois l'odorat et le goût, tandis que 香 (xiāng) concerne pour sa part seulement l'odorat. Les modificateurs comprennent le lexique olfacto-gustatif et des objets représentatifs d'une odeur/d'un goût. Le tableau ci-dessous regroupe toutes les expressions ayant trait à l'odeur et au goût. La colonne de gauche pour chaque catégorie est une traduction littérale des morphèmes associés aux deux termes généraux 香 (xiāng) et 味 (wèi).

Tableau 6 : Terminologie de 香 (xiāng, *odeur, parfumé*) et 味 (wèi, *goût, odeur*) dans le corpus *Grace*

香 xiāng	味 wèi
1/Odeurs	

avec l'air	香气	<i>odeur, parfum</i>	avec l'air	气味	<i>odeur</i>
avec le goût	香味	<i>parfum</i>	avec le parfum	香味	<i>parfum</i>
avec le sucre	甜香	<i>odeur sucrée</i>	avec le sucre	甜味	<i>odeur sucrée</i>
avec le sucre	甘香	<i>odeur sucrée</i>	avec la saveur	味道	<i>arôme, odeur</i>
avec le piment	辛香	<i>odeur pimentée</i>	avec le piment	辛味	<i>odeur pimentée</i>
avec la pureté	醇香	<i>arôme corsé</i>	avec la pureté	醇味	<i>arôme pur</i>
avec la légèreté	清香	<i>Parfum délicat</i>			
avec le parfum	芳香	<i>fragrance</i>			
avec le parfum	馨香	<i>parfum suave</i>			
avec la mélodie	香调	<i>notes de parfum</i>			
avec le premier	首香	<i>notes de tête</i>			
2/Dégustation					
			avec la saveur	味道	<i>goût, saveur</i>
			avec le vent	风味	<i>saveur</i>
			avec la papille	味蕾	<i>papille gustative</i>
			avec la sensation	味觉	<i>organe de goût</i>
			avec la bouche	口味	<i>goût</i>
			avec la beauté	美味	<i>saveur</i>
			avec l'acidité	酸味	<i>acide</i>
			avec la dégustation	品味	<i>dégustation</i>
			avec la fin	余味	<i>goût final</i>
			avec le retro	回味	<i>arrière-goût</i>
3/Odeurs spécifiques					
avec l'alcool	酒香	<i>arôme d'alcool</i>	avec l'alcool	酒味	<i>arôme d'alcool</i>
avec le fruit	果香	<i>odeur de fruits</i>	avec le fruit	果味	<i>arôme de fruits</i>

avec le <i>bois</i>	木香	<i>odeur de bois</i>	avec le <i>bois</i>	木味	<i>arôme de bois</i>
avec la <i>fleur</i>	花香	<i>odeur de fleurs</i>			
avec la <i>rose</i>	玫瑰	<i>odeur de rose</i>			
	香				
4/Objets floraux, épices et fruits					
avec les	香料	<i>épice</i>			
<i>matières</i>					
avec le <i>clou</i>	丁香	<i>clou de girofle</i>			
avec l'herbe	香草/	<i>vanille</i>			
	香子				
	兰				
avec le melon	香瓜	<i>melon</i>			
avec la banane	香蕉	<i>banane</i>			
avec l'eau	香水	<i>eau de toilette</i>			
avec le fenouil	茴香	<i>fenouil</i>			

Nous trouvons dans les catégories *odeur* et *odeur spécifique* tout à la fois les expressions composées de 香 (xiāng, *odeur, parfumé*) et celles contenant 味 (wèi, *goût, odeur*). Etymologiquement, le caractère 香 est composé de 禾 (hé) *céréale* en haut et 甘 (gān) le *sucré* en bas. Il désigne donc principalement une odeur agréable et très parfumée, et par extension des choses merveilleuses, appréciées.

Quant à 味, ayant la bouche 口 (kǒu) dans la partie gauche, qui est en effet un indicateur sémantique, il est souvent associé à la saveur, donc à une perception par voie indirecte ou rétro-nasale (par l'arrière-gorge ou le pharynx) quand le produit se trouve dans la bouche⁷. A ce propos, leur nuance peut se référer à la différence entre odeur et arôme, comme le signale Le Moigne Grelet (2016). Mais, dans la pratique, la distinction semble beaucoup plus difficile à opérer. Prenons un exemple :

⁷ Pour une analyse plus fine de 味 (wèi), voir Weiwei GUO, S. F. (2015). La perception du "goût" en français et en chinois. France-Chine, les échanges culturels et linguistiques: histoire, enjeux, perspectives. Y. DANIEL, Presses Universitaires de Rennes: 393-400.

#<goût=YY_03R06_2008G>口感: 口感丰盈迷人, 单宁紧凑而柔和, 味干却令人愉悦. 酸度与橡木香味平衡. 入口间, 香味便缓缓释放, 回味无穷.

Goût : la sensation en bouche est riche et agréable. Les tanins sont compacts et souples. Le goût est sec mais agréable. Il existe un bon équilibre se trouvant entre l'acidité et l'odeur (ou l'arôme, ou bien la saveur) de chêne. Une fois en bouche, l'odeur (ou l'arôme, ou bien la saveur) se libère lentement. Son arrière-goût est sans fin.

Comment appréhender 橡木香味(xiàngmù xiāngwèi, chêne + odeur/arôme) dans la description gustative d'un vin rouge ? C'est l'odeur ou la saveur de chêne ? S'il s'agit simplement d'une description olfactive, comment peut-elle être équilibrée avec l'*acidité* ? Ce serait plutôt un arôme. Néanmoins, ne s'agirait-il pas plutôt ici d'une saveur de chêne ? Les mêmes questions se posent pour le terme 香味 (xiāngwèi, odeur/arôme) dans la séquence suivante : une fois en bouche, nous hésitons à choisir entre les mots odeur, arôme et saveur pour traduire ce terme en français.

Au niveau de l'arôme, pour des arômes courants, tels que parfum, sucré, pimenté ou pur, 香 (xiāng, *odeur, parfumé*) et 味 (wèi, *goût, odeur*) se juxtaposent. Ils ont également un synonyme 气息 (qìxí, *air, odeur*), qui désigne l'arôme en général. Mais 香 (xiāng, *odeur, parfumé*) semble disposer de davantage de possibilités de combinaisons avec d'autres morphèmes pour produire un registre plus soutenu : 芳香 (fāngxiāng, *fragrance*), 馨香 (xīnxiāng, *parfum suave*) et surtout 香调 (xiāngdiào, mot-à-mot, *mélodie du parfum, notes de parfum*). Complété par des morphèmes temporels, il peut aussi former des expressions pour distinguer les arômes primaires, secondaires et tertiaires. Dans notre corpus, nous avons relevé l'arôme primaire 首香 (shǒuxiāng), les deux autres 中香 (zhōngxiāng, *arôme secondaire*) et 尾香 (wěixiāng, *arôme tertiaire*) sont absents.

Au niveau du goût, la langue chinoise introduit de la musicalité : pour désigner l'arrière-goût, en plus du terme neutre 余味 (yúwèi, *goût qui persiste*), nous avons 尾韵 (wěiyùn) et 余韵 (yúyùn), 韵 (yùn) faisant référence à la mélodie et à la rime et 尾 (wěi) et 余 (yú) à l'extrémité arrière. Ces deux termes font également partie de la terminologie propre à la dégustation du thé. Ces termes pourraient aussi tirer leur origine de la poésie. En effet, selon que la rime se trouve au début, au milieu ou à la fin des vers, nous avons 头韵 (tóuyùn, tête +

notes, allitération), 腹/中韵 (fù/zhōngyùn, abdomen/milieu + notes, voyelle essentielle) ou 尾韵 (wěiyùn, queue + notes, rime). Ces trois séquences correspondent parfaitement aux trois temps de la dégustation : attaque, milieu de bouche et fin. Mais, encore une fois, il n'apparaît aucune frontière nette entre le goût et l'odorat⁸ : dans notre corpus, la seule occurrence de 头韵 (tóuyùn) se trouve dans la description olfactive.

Si un terme peut s'appliquer à deux domaines, inversement, les synonymes sont eux aussi nombreux, surtout en ce qui concerne les différentes phases de la dégustation. Nous avons relevé pas moins de trois termes pour exprimer la fin de celle-ci : 收结时/处 (shōujiéshí/chù), 收尾/收尾时 (shōuwěi/shōuwěi shí), 结尾 (Jiéwěi).

2.2.2 Roue des arômes

Les perceptions olfactives sont souvent associées à des objets familiers ou des expériences vécues. De nombreux chercheurs ont tenté de trouver des méthodes de classement pour les descripteurs (Leglise 1976 ; Peynaud 1980 ; Godinot 1994, etc.). Parmi eux, on peut citer en particulier la fameuse *roue des arômes* du Dr. Ann Noble (2014)⁹ et la récente recherche menée par le chercheur en œnologie Richard Pfister et ses collègues (2016). Ils ont mis au point un nouveau tableau des odeurs (des arômes) du vin, répertoriant 150 odeurs, classées en neuf « grandes familles », puis en 19 « sous-familles »¹⁰.

De notre côté, nous avons recensé 71 odeurs pour le vin rouge et 62 pour le vin blanc, au total, 118 odeurs différentes. En référence à la classification des odeurs définies par Pfister et al. (2016), nous avons obtenu des informations détaillées à propos des odeurs pour le vin rouge et le vin blanc chez Grace.

Tableau 7 : L'extrait des classements des odeurs du vin rouge dans le corpus *Grace*

⁸ Mais ce n'est pas une spécificité chinoise : de nombreux termes français s'appliquent aussi tout à la fois au goût et à l'odeur. Voir Courtier, M. (2007). Dictionnaire de la langue du vin. CNRS.

⁹ Origin of the Wine Aroma Wheel, Dr. Ann Noble, Posted by Catherine Fallis 117sc on May 22, 2014 http://www.planetgrape.com/origin_of_the_wine_aroma_wheel, Wine Aroma Wheel (Dr. Ann Noble, www.winearomawheel.com)

¹⁰ Malgré un tel recensement, il est difficile de distinguer la différence entre le vin rouge et le vin blanc, et de connaître concrètement leurs emplois précis.

香料 EPICE	99	香料 EPICES	74	香料 épice	31
				胡椒 poivre	13
				丁香 clou de girofle	8
				香草/香子兰 vanille	9
				白胡椒 poivre blanc	7
		肉桂 cannelle	5		
		肉豆蔻 noix de muscade	1		
		芳香草 PLANTES AROMATIQUES	12	甘草 réglisse	9
		辛辣 PIMENTS	13	薄荷 menthe	3
				辛辣 pimenté	7
辛香 poivré	4				
木质 BOISE	51			辣椒 piment	2
				橡木/橡木桶 chène	33
				雪松(木) cèdre	14
				松木 pin	3
				杉木 sapin de chine	1
焦烤味 EMPYREUMATIQUE	28			烤面包(片) pain (tranché) grillé	6
				烟熏 fumé	4
				巧克力 chocolat	4
				红糖 sucre roux	4
				可可 cacao	3
				焦糖 caramel	2
				糖果 bonbon	2
				咖啡 café	1
				咖啡豆 grain de café	1
				烤玉米 maïs grillé	1

En raison de la contrainte liée au nombre de pages, nous ne présentons pas ici le tableau des odeurs pour le vin blanc. Mais, quelques points méritent d'être soulignés et constituent probablement des traits particuliers de l'entreprise Grace Vineyard sur le plan de la description olfactive.

Notons d'abord l'odeur pimentée. Si elle ne trouve pas de place dans les vins occidentaux, elle paraît relativement importante en ce qui concerne le vin chinois : 辛辣 (xīnlà, *pimenté*, 7 fois), 辛香 (xīn xiāng, *poivré*, 4 fois), 辣椒 (làjiāo, *piment*, 2 fois) et apparaît même pour un vin blanc, ce qui reflète fortement les préférences des Chinois dans le domaine de la nourriture. D'autre part, le sucré semble être également un élément non négligeable, car on a relevé sucre roux (红糖, hóngtáng, 4 fois) et bonbon (糖果, Tángguǒ, 2 fois) dans notre corpus. Le vin rouge de Grace contient-il davantage de sucre ? Ou bien s'agit-il simplement d'une habitude chinoise de décrire l'odeur ? D'ailleurs, certains aliments familiers pour les Chinois apparaissent également : maïs grillé pour le vin rouge, maïs doux pour le vin blanc, sans oublier l'odeur de viande et celle du jambon. Néanmoins, si l'on rencontre l'odeur du thé noir dans la description française (ibid. : 16), il est curieux de constater qu'elle est absente de notre corpus chinois. Cela est sans doute dû au fait que les Chinois connaissent tellement le thé qu'ils ne pensent pas à le comparer au vin.

Plaçons côte à côte les arômes du vin rouge et ceux du vin blanc, leur divergence apparaît immédiatement.



Figure 8 : Répartition des « grandes familles » olfactives pour le vin rouge (en haut) et le vin blanc (en bas) chez Grace

Le fruité est l'arôme dominant du vin blanc, tandis qu'en ce qui concerne le vin rouge, le fruité est presque autant présent que l'épicé. L'odeur boisée arrive en troisième position dans la catégorie vin rouge, mais son importance est moindre pour le vin blanc. De telles répartitions des odeurs, basées sur les fréquences des termes olfactifs, reflètent fidèlement les profils aromatiques globaux des produits de Grace.

2.2.3 Arôme dans le discours

Cependant, pour avoir une idée de l'usage concret de ces termes, il faut les replacer dans le contexte. Un examen rapide nous permet de constater que les vins possèdent des propriétés aromatiques complexes, car rares sont les cas où une seule odeur est mentionnée (6 cas, 4,5% de notre corpus) :

<arôme=YY_03R08_2014M>香气：迷人的红色水果香气。¶

Arôme : une odeur charmante de fruits rouges.

Grâce à l'outil textométrique, les passages contenant une large palette aromatique ont été relevés de manière automatique. Prenons l'exemple d'un Chardonnay de la gamme de *Tasya's Reserve* au millésime de 2001 :

<arôme=YY_03B03_2001M>香气：酒香丰富而迷人，甘草、烘烤水果、橙皮、矿物、香草、橡木搭配浓郁的玫瑰、甜玉米气息，多彩而出色，烤面包和蜂蜜的独特芳香点缀其中，令人应接不暇。

Arômes : arômes riches et charmants, réglisse, fruits grillés au four, zeste d'orange, minéral, vanille, chêne sont assortis à un parfum corsé de rose et de maïs doux, variés et splendides, avec une touche particulière de pain grillé et de miel. Nos sens sont complètement submergés.

Cette description olfactive concentre à elle seule 10 arômes. Dans la même gamme, pour le même millésime, on constate aussi la présence de 9 arômes pour un merlot :

<arôme=YY_03R06_2001M>香气：酒香多彩而协调，香草、橡木、蘑菇、黑醋栗、肉类以及红糖的芳香引人入胜，烤面包片、烤玉米和蔬菜的气息亦点缀其中。

Arômes : arômes riches et harmonieux, parfums captivants de vanille, chêne, champignon, cassis, viande et sucre brun, ponctués de touches de pain grillé, maïs grillé et de légumes.

La profusion des termes olfactifs a été particulièrement marquée pendant les premières années. Le nombre de descripteurs décroît progressivement pour se stabiliser à quatre ou cinq arômes par produit en moyenne. Par exemple :

2003: #<arôme=YY_03R06_2003M>香气：烟草、黑醋栗、香草、橡木和薄荷的气息搭配的平衡协调。¶

Arôme : une association équilibrée des arômes de tabac, de cassis, de vanille, de chêne et de menthe. (5 arômes)

2009: #<arôme=YY_01R03_2009M>香气：红莓果味，伴随着香料和烟熏味，配合以刨铅笔的味道。

Arôme : un goût de canneberge est accompagné d'épices et de fumé, combiné à une odeur de crayon. (4 arômes)

2012: #<arôme=YY_06R11_2012M>香气：红果，樱桃，莓果，白胡椒及香料气息。

Arôme : fruits rouges, cerises, baies, poivre blanc et épices (5 arômes)

Cette complexité peut être perçue, sur le plan statistique, à travers une fréquence très élevée de semi-virgules « 、 » (99 fois) - ponctuation chinoise permettant l'énumération et la juxtaposition de noms ou d'adjectifs, ainsi qu'une présence importante de conjonctions de coordination qui marquent l'union, telles que 和 (hé, 79 fois), 及 (jí, 28 fois), 以及 (yǐjǐ, 16 fois), 与 (yǔ, 8 fois) et 连同 (liántóng, 1 fois). En 2012 la virgule est apparue dans l'énumération des arômes. Mais il s'agit là d'un non-respect de la ponctuation chinoise, d'une tendance à la simplification ou d'une imitation de l'usage propre aux langues européennes. Cette anomalie ne concerne que le millésime 2012.

L'emploi des verbes constitue un autre aspect qui prend toute son importance dans les descriptions olfactives, mais également dans les descriptions gustatives. A la différence des

commentaires de dégustation en français, marqués par une syntaxe cumulative, un style télégraphique avec des phrases averbales, (Moutat 2010) une analyse de POS (parts-of-speech)¹¹ montre que si l’item « couleur » comprend majoritairement des syntagmes nominaux, les verbes apparaissent presque systématiquement dans les items « arôme » et « goût ».

Suivant les sens et les fonctions de ces verbes, nous pouvons les classer en trois groupes :

1. Posséder et se présenter

-sous-groupe *avoir* : 具(有), 有(着), (略/微)有, 拥有

-sous-groupe *posséder* : 带(有/点/着), (略/微)带

-sous-groupe *présenter* : 呈现, 展现, 体现

-sous-groupe *se répandre* : 散发, 流泻

-sous-groupe *contenir* : 蕴含, 充满, 充斥

2. Accompagner

-sous-groupe *accompagner* : 伴随, 伴(有), 附带, 点缀, 透着

-sous-groupe *additionner* : 还有, 增添, 配以, 加上

-sous-groupe *mélanger* : 夹(杂/带), 结合, 糅合, 交融

3. Rendre et affirmer

-sous-groupe *rendre et permettre* : 给人, 令人, 使(得)

-sous-groupe *affirmer* : 是, 成为, 成就

Ces verbes jouent un rôle de marqueurs temporels dans les perceptions olfactives : le premier groupe de verbes permet d’introduire les arômes que possède un vin au premier plan, le deuxième permet de présenter des éléments du deuxième plan, enfin le troisième groupe résume l’appréciation globale. Par ailleurs, ils apportent aussi des nuances sur l’intensité des arômes. A titre d’exemple, un parfum qui « saisit nos narines » a une intensité beaucoup plus forte qu’un arôme « accompagnateur ». De même, *se dégager* (散发着, sànfà zhe) et *contenir* (蕴含着, yùnhán zhe) laissent apercevoir les différentes intensités des arômes :

¹¹ Outil NLP Parser.

2004 #<arôme=YY_03R04_2004M>香气：浓烈的芳香令人印象深刻！酒香中蕴含着皮革、绿植、烤橡木以及肉桂特有的气息，伴随着辛香料、丁香以及几许黑醋栗的芳香，给人清幽而神秘的印象。

Arôme : Une fragrance intense et impressionnante ! Un arôme du vin contient des odeurs caractéristiques de cuir, de plantes vertes, de chêne brûlé et de cannelle, accompagnées également d'odeurs d'épices, de clou de girofle ainsi que d'une once de parfum de cassis. Tout cela donne une impression de calme et de mystère.

2006 #<arôme=YY_04L_2006M>香气：呈现出扑鼻而来令人愉悦的复合香气，散发着明显的黑加仑，李子和雪松橡木味道。¶

Arôme : Il apparaît une agréable odeur composée qui saisit nos narines, et il se dégage un parfum bien prononcé de cassis, prune et cèdre.

2008 #<arôme=YY_03R04_2008M>香气：经典品丽珠的味道，伴随糖果，香料和烤辣椒的味道，略微烟熏味；刚打开有一种肉类的味道，使得酒的风味呈现复杂感。

Arôme : Un arôme de cabernet classique est accompagné par les odeurs de bonbons, d'épices et de piments grillés même légèrement fumés ; à peine ouvert, il y a une odeur de viande, celle-ci permet au vin de présenter une complexité de style.

Les verbes rendent ainsi les descriptions plus vives et dynamiques. Et si les phrases averbales évoquent un état qui est toujours présent, en dehors du temps, comme une composante stable de notre perception de la réalité, la présence des verbes permet de situer l'événement de la dégustation dans le temps et de rendre le processus plus dynamique. Par exemple, *apparaître* (呈现出, chéngxiàn chū) indique les qualités du vin au moment de la dégustation tout en donnant des perspectives pour le futur. Notons d'ailleurs que la particule 着 (zhe), placée immédiatement après le verbe, exprime une action en cours de déroulement ou son prolongement et produit ainsi un effet de continuité. A cela s'ajoutent d'autres modificateurs, tels que *quelque/une once de* (几许, jǐxǔ) et *un peu* (略微, lüèwēi), qui permettent de préciser la quantité ou l'intensité.

Quant aux verbes *rendre* 给人(gěirén, mot-à-mot *donner à quelqu'un*), ayant pour sujet le dégustateur (qu'il soit explicite ou non), ou bien使得 (shǐdé) *permettre*, ils rappellent clairement que les qualités rapportées dans le commentaire ne sont pas inhérentes au vin, mais avant tout une perception personnelle de l'expert à un moment donné et dans une circonstance spécifique. Dans notre corpus, on trouve aussi un bon nombre de verbes *être* 是 (shì) et成为 (chéngwéi, *devenir*) ou encore 成就 (chéngjiù, *réaliser*) à la fin de la description, associés ou non aux adverbes comparatifs *plus* ou *le plus* (更为, gèngwéi, 尤为, yóuwéi, 最为, zuìwéi). Ils fournissent une information qui semble sûre et confirmée. Là, le commentaire retrouve une touche de subjectivité. Cette approche, à la différence de la recherche d'objectivité dans la plupart des commentaires en français¹², correspond parfaitement à la perception chinoise du goût comme une relation entre le sujet sensible et le monde (Guo 2015).

2.2.4 Corps du vin et tanins dans le discours

Le *corps du vin* (酒体, jiǔ tǐ) n'est pas une notion familière pour le public chinois¹³, malgré une vulgarisation progressive, tout particulièrement ces dernières années. S'il fait partie du vocabulaire pour décrire la structure du vin, ce terme apparaît généralement sous la forme de l'expression « avoir du corps » ou « manquer de corps » (Courtier 2007), tandis que son équivalent anglais « body » est souvent associé à des qualificatifs comme « light », « medium », « heavy » ou « full ».

Dans notre corpus, ce terme paraît tout en haut de la liste des mots classés par fréquence (129 fois), en dehors d'une analyse chimique du vin qui comprend la teneur en alcool, l'acidité et l'indice Ph

<produit=YY_01B02_2009G>酒体分析：酒精含量： 12.60 酸度： 5.68 pH： 3.53

Analyse du corps du vin : teneur en alcool : 12,60, acide : 5,68, pH :3,53

¹² En témoignent par exemple les néologismes adjectivaux. GUO, W. (2018). "Parlons vin: entre raison et émotion. Connaître versus ressentir ? Affects, émotions et expressivité en discours spécialisés". Université Lyon 2.

¹³ C'est littéralement le « corps » du vin, c'est-à-dire le vin en tant que substance. Il s'agit, en effet, d'une analyse bio-chimique. Pour une explication plus précise de cette polysémie de 酒体 (corps) en chinois, voir GUO : 2018.

Nous nous concentrons ici sur l'utilisation de ce terme dans la description gustative. Dans notre corpus, une vingtaine d'expressions décrivent le corps, formant un éventail d'aspects très large : le poids, la pureté, la structure, l'onctuosité, la saturation, l'équilibre, etc.

1. *Poids* 重量上：轻 (*léger*), 较轻 (*assez léger*), 轻盈 (*léger et aérien*), 中等/中度 (*moyen, intermédiaire*), 偏(上/高/重, *supérieur, plutôt lourd*)
2. *Pureté* 纯度上：醇厚 (*corsé*), 中厚 (*moyennement corsé*), 淡 (*fade*)
3. *Structure et densité* 结构密度上：结构感强 (*charpenté*), 紧凑而柔和 (*resserré et doux*)
4. *Onctuosité* 润滑度上：顺滑 (*lisse*), 圆滑 (*rond et lisse*), 圆润 (*rond et doux*)
5. *Saturation* 饱满度上：饱满 (*plein*)
6. *Equilibre* 平衡度上：平衡 (*équilibré*), 协调/和谐 (*harmonieux*)
7. *Sensation de fraîcheur* 口感上：清润 (*frais*), 清爽有活力 (*frais et dynamique*)
8. *Maturité* 成熟度上：成熟 (*mûr*)
9. *Qualité* 品质上：卓越 (*excellent*), 复杂 (*complexité*)

Citons quelques exemples du corpus qui sont en concordance:

2001 #<goût=YY_03R06_2001G>口感：酒体平衡而协调[...]

Goût : le corps du vin est équilibré et harmonieux

2003 #<goût=YY_03R05_2003G>口感：整体结构绝佳，酒体中等偏重[...]

Goût : une excellente structure globale, le corps du vin est moyen mais plutôt lourd.

2005 # <goût=YY_02B01_2005G>口感：中度醇厚的酒体和带有蜜糖甜的余味。

Goût : un corps de vin moyen à corsé, un goût miellé en fin de bouche.

2012 #<gout=YY_03R05_2012G>口感：中度酒体[...]

Goût : un corps de vin moyen.

2009 #<goût=YY_03R06_2009G>口感：口感丰盈，黑醋栗口味，酒体紧凑而柔和，体现出2009年份的结构。[...]

Goût : une sensation en bouche très riche avec une saveur de cassis ; un corps du vin resserré et doux manifeste bien la structure du millésime 2009.

Les expressions liées au poids, telles que 中度/中等¹⁴ (zhōngdù/zhōngděng, *moyen, intermédiaire*), 轻(*léger*), etc., ainsi que leur combinaison, représentent plus de la moitié des occurrences. L'influence des descriptions œnologiques anglaises est évidente. En revanche, l'adjectif 醇厚 (chúnhòu, *corsé*) est une expression bien ancrée dans la culture chinoise. Ce terme apparaît déjà dans un commentaire du *Livre des Odes*, datant du II^e siècle¹⁵. Aujourd'hui, il est utilisé aussi bien pour décrire le goût du vin que celui du thé. Certains qualificatifs, tels que 平衡而协调 (pínghéng ér xiétiáo, *équilibré et harmonieux*), et 紧凑而柔和 (jǐncòu ér róuhé, *resserré et doux*) sont également appliqués au tanin et à la structure :

-Tanin

1. *Douceur* 柔和度上: 柔和 (*doux*), 柔顺 (*soyeux*)
2. *Granularité et qualité* 颗粒度和品质上: 质感细腻 (*nature fine*), 细腻 (*fin*), 精细优雅 (*raffiné et élégant*)
3. *Rapport avec l'acidité* 酸的平衡度上: 适宜 (*convenable*), 适中 (*modéré*), 酸的平衡 (*équilibré avec l'acidité*), 整体平衡 (*équilibré globalement*), 和谐 (*harmonieux*), 极佳的[...]比例 (*un excellent rapport*)

-Structure

1. *Onctuosité* 润滑度上: 圆润 (*moelleux*),
2. *Structure* 结构上: 扎实 (*solide*), 结构感强 (*charpenté*), 整体结构绝佳 (*une excellence en structure globale*)

Outre la traduction phonétique de *tanin* par 单宁 (dānníng), 3 occurrences d'« acidité du tanin »单宁酸 (dānníngsuān) ont été relevées dans les fiches du millésime 2010. Par rapport au *corps du vin*, le passage et les expressions liés au *tanin* sont beaucoup moins significatifs dans notre corpus (38 occurrences en tout). Il y a peu de qualificatifs à connotation négative (ce à quoi l'on peut s'attendre), mais beaucoup de qualificatifs exprimant la notion d'équilibre : *convenable, modéré, harmonieux...* Le tanin détermine également la granularité et la qualité du vin. Mais, une fréquence très faible sur cet aspect est loin de peser dans la

¹⁴ Les deux expressions sont regroupées comme un qualificatif du fait qu'elles expriment la même idée de « moyen ».

¹⁵ 郑玄, 《毛诗注疏》: “有醇厚之酒醴, 以大斗酌而尝之而美。” ZHENG Xuan, « Commentaire du Livre des odes de M. MAO »: il y a du vin corsé, que l'on déguste avec un grand verre. Il est délicieux. »

description. De même, les passages consacrés à la structure du vin sont très peu nombreux et sont souvent associés à la description du corps du vin.

Conclusion

A l'aide des méthodes de la textométrie, nos examens terminologiques du corpus de l'entreprise *Grace Vineyard* nous ont permis de constater comment la culture œnologique se greffe et prend vie dans le terreau chinois. Au lieu de recourir aux théories œnologiques existantes, nous avons pris pour base les informations concrètes ressortant de notre corpus. A chacune des étapes de l'analyse, les caractéristiques quantitatives ont été complétées par des analyses fines dans le contexte.

Nous avons apporté un regard extérieur sur les descripteurs visuels, olfacto-gustatifs présents dans les documents de communication de cette marque. Les résultats obtenus laissent percevoir l'existence d'un système terminologique interne de l'entreprise. Il évolue au fil du temps. Malgré une influence visible de l'anglais et du français au niveau de la terminologie figurant dans la description, le recours aux usages et au style de l'écriture chinoise, la prise en compte des préférences du goût chinois (ex. l'arôme pimenté), et le lancement de la gamme à l'occasion de la fête du Printemps chinois montrent la présence d'une touche chinoise et visent clairement le marché domestique. Mais, il faut encore du temps à l'entreprise pour qu'elle obtienne une terminologie plus développée et cohérente.

Des résultats riches et très évocateurs nous renforcent dans notre conviction que, si les unités de mots (qu'elles soient découpées par nous d'après les concepts figés ou découpées automatiquement par un segmenteur) constituent une base d'analyse, elles ne doivent pas se borner à l'étude des seules unités isolées. Bien au contraire, il faut prendre en considération les unités supérieures telles que segments et contexte textuel.

Au-delà de l'application textométrique au corpus œnologique chinois, cette méthode pourra être utilisée pour d'autres corpus de vin, dans une large variété de langues, aussi bien pour l'enseignement de la terminologie du vin, l'enseignement traductologique, que pour une meilleure compréhension du marché chinois.

Bibliographie

Amoraritei, L. (2002). "La métaphore en Œnologie " *metaphorik* 3: 4-16.

Courtier, M. (2007). *Dictionnaire de la langue du vin*. CNRS.

Godinot, N. Perception et catégorisation des odeurs par l'homme. Thèse de DEA de Neurosciences. Laboratoire de Neurosciences & Systèmes Sensoriels, Université Claude Bernard Lyon 1, 1994.

Gries, S. T. (2009). "What is Corpus Linguistics?" *Language and Linguistics Compass* 3: 1-17.

Guignard, J.-X., Noble A.C. Proposition d'une terminologie pour une description analytique de l'arôme des vins. *Science des aliments*, 1986, vol 42, pp. 657-662.

Guo, Weiwei (2015). 葡萄酒品鉴感官术语汉法比较 *Etudes comparatives des descripteurs sensoriels œnologiques en français et en chinois*. Altérité, proximité, découverte : la traduction, un passage entre la Chine et l'Occident. J. XU. Bruxelles, Les Editions du Hazard: 163-170.

Guo, Weiwei, S. F. (2015). La perception du "goût" en français et en chinois. *France-Chine, les échanges culturels et linguistiques: Histoire, enjeux, perspectives*. Y. DANIEL, Presses Universitaires de Rennes: 393-400.

Guo, Weiwei (2018). *Parlons vin: entre raison et émotion. Connaître versus ressentir ? Affects, émotions et expressivité en discours spécialisés*. Université Lyon 2.

Guo Weiwei, J. Miao (2018). "A la recherche des identités du vin en Chine: les grandes tendances actuelles." *Revue des œnologues* 168: 55-59.

Jiguang, Z. (2010). "A Corpus-based Study on The Norms Governing Contemporary Prose Translation." *English Education in China* 1: 20-29.

Léglise M. « Une initiation à la dégustation des grands vins. Défense et illustration des vins d'origine », Lausanne, 1976.

Le Moigne Grelet Marine 2016 « odeur et arôme : quelle différence ? – les arômes du vin : description ». Publié le 21 octobre 2016 sur le site web <http://www.agrodata-consulting.com/blog/odeur-et-arome-quelle-difference> (consulté le 26 décembre 2018).

McEnery Tony, A. H. (2012). *Corpus Linguistics: Method, Theory and Practice*. New York, Cambridge University Press.

Moutat, A. (2010). Pertinence de la stylistique dans les commentaires de dégustation œnologique. *Stylistiques?* J. Wulf and L. Bougault, Presses Universitaires de Rennes: 189-206.

Pfister Richard, Guyot Christian et André Daniel 2006 Application de la méthodologie de l'olfaction en parfumerie pour une nouvelle classification des odeurs du vin, N°119 : 12-16.

Salem, A. (1982). "Analyse factorielle et lexicométrie: synthèse de quelques expériences." *Mots* 4: 147-168.

Tsai, C. (2014). "La langue spécialisée du vin: étude comparative de comptes rendus de dégustation." *Revue française de linguistique appliquée* XIX(1): 117-131.