

LLIBRES REBUTS

ZILG, Antje (2006): *Markennamen im italienischen Lebensmittelmarkt*. Wilhelmsfeld: Gottfried Egert Verlag, 261 p. [pro lingua, Band 41].

La col·lecció *pro lingua* acull en el seu número 41 aquesta obra presentada com a *Dissertation* a l'*Institut der Romanistik* de la *Justus-Liebig-Universität* de Giessen. Després d'una sèrie d'apartats introductoris, com ara el marc social i de mercat, el concepte en anglès de *Branding* ('creació i aplicació de marques'; amb inicial majúscula a la manera alemanya), consideracions jurídiques i lingüístiques (p. 1-72), segueix la part nuclear del llibre, amb l'anàlisi lingüística del material recollit sobre marques de productes alimenticis a Itàlia: grafia, derivació, semàntica i lèxic, i figures retòriques (p. 73-194). Un sumari amb gràfics i estadístiques (p. 195-223), un apartat final (*Ausblick*), d'una sola pàgina (224), sobre la transcendència d'aquesta mena d'estudis en la lingüística actual, la bibliografia de referència i alguns apèndixs més (com una llista de webs d'interès) completen l'obra. [N. del C. de R.]