Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

Langue vivante étrangère - Italien, langue B

Session 2017 • Code sujet : **CILVEB-ITA** • Durée : **3 heures** • Coefficient : **2**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **L'italian sounding et ses effets sur le made in Italy alimentaire** (1 question) — **Page 3**

2. **Les raisons et les moyens de lutter contre la contrefaçon** (1 question) — **Page 4**

3. **Demande de correction d'une facture d'huile d'olive** (1 question) — **Page 6**

4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 7**

Sujet officiel (PDF) : https://btsmte.fr/assets/annales/bts-mte/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MTE - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. L'italian sounding et ses effets sur le made in Italy alimentaire

Un article de Luca Orlando paru dans Il Sole 24 Ore décrit l'évocation de l'Italie par des produits alimentaires fabriqués ailleurs, notamment sur les marchés nord-américains. Il expose les effets sur les exportations et la réputation des marques italiennes, ainsi que des pistes pour lutter contre le phénomène.

Question I. Rédiger en français un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte, en 155 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

L'article de Luca Orlando, publié dans *Il Sole 24 Ore*, décrit l'« italian sounding », qui consiste à donner une apparence italienne à des aliments fabriqués à l'étranger. Huiles, charcuteries, fromages et pâtes sont concernés, surtout en Amérique du Nord. Ces imitations, parfois vendues jusqu'à 80 % moins cher, concurrencent les produits authentiques, souvent difficiles à trouver. Elles réduisent les parts de marché et les possibilités d'exportation des entreprises italiennes. Le manque à gagner atteint 54 milliards d'euros dans le monde, et 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Selon Giandomenico Auricchio, les copies profitent de la réputation de qualité des produits italiens ; supprimer le phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires. La distribution parallèle des copies et des produits authentiques aggrave la concurrence.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les solutions envisagées associent protection juridique, clauses dans les accords commerciaux, salons professionnels et campagnes d'information. Auricchio juge toutefois que l'éducation et la culture sont essentielles pour préserver l'image et la réputation du made in Italy.

2. Les raisons et les moyens de lutter contre la contrefaçon

Le candidat développe une réflexion sur les raisons pour lesquelles les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et sur les moyens d'action possibles. La réponse doit être rédigée en italien et s'appuie sur la question ainsi que sur le thème de l'article.

Question II. Répondre en italien à la question : « Perché le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e come possono farlo? » Rédiger environ 300 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Testo modello in italiano, circa 300 parole

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'italian sounding perché questi fenomeni danneggiano le loro vendite e la loro reputazione. L'italian sounding consiste nel presentare prodotti stranieri con nomi o immagini che ricordano l'Italia, anche se non sono italiani. Per esempio, alcuni prodotti imitano l'olio d'oliva, il prosciutto, i formaggi o la pasta. Spesso costano molto meno dei prodotti autentici: questo attira i consumatori e riduce lo spazio disponibile nei negozi per le marche italiane.

Il problema ha conseguenze economiche importanti. Secondo l'articolo, il settore alimentare italiano rinuncia a 54 miliardi di euro a causa dell'italian sounding e a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Inoltre, l'esportazione potrebbe aumentare di 20 miliardi di euro se il fenomeno fosse eliminato. I prodotti falsi possono anche confondere i consumatori e indebolire la fiducia nella qualità e nell'origine del Made in Italy. Per questo, proteggere i prodotti autentici significa difendere le imprese, i posti di lavoro e la cultura italiana.

Per agire, le aziende devono collaborare con le istituzioni e le associazioni di categoria. Occorre rafforzare le leggi che proteggono i prodotti e creare una rete di avvocati specializzati. Gli accordi commerciali internazionali dovrebbero includere clausole per tutelare i prodotti. Le imprese possono inoltre partecipare a fiere all'estero, presentare i loro prodotti e spiegare ai distributori come riconoscere quelli autentici.

La lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. È importante informare ed educare i consumatori con campagne sul valore del Made in Italy alimentare. I clienti devono capire che un prezzo molto basso o un nome italiano non garantiscono l'origine italiana. Le aziende, infine, devono raccontare in modo chiaro la qualità dei loro prodotti, la loro storia e il legame con il territorio. Così potranno distinguersi dalle imitazioni e conservare la fiducia dei clienti.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'italian sounding, car ces phénomènes nuisent à leurs ventes et à leur réputation. L'italian sounding consiste à présenter des produits étrangers avec des noms ou des images qui rappellent l'Italie, même s'ils ne sont pas italiens. Par exemple, certains produits imitent l'huile d'olive, le jambon, les fromages ou les pâtes. Ils coûtent souvent beaucoup moins cher que les produits authentiques : cela attire les consommateurs et réduit la place disponible en magasin pour les marques italiennes.

Le problème a d'importantes conséquences économiques. Selon l'article, le secteur alimentaire italien renonce à 54 milliards d'euros à cause de l'italian sounding, et à 60 milliards en tenant également compte de la contrefaçon au sens strict. En outre, les exportations pourraient augmenter de 20 milliards d'euros si le phénomène était éliminé. Les produits falsifiés peuvent aussi induire les consommateurs en erreur et affaiblir leur confiance dans la qualité et l'origine du Made in Italy. Protéger les produits authentiques, c'est donc défendre les entreprises, les emplois et la culture italienne.

Pour agir, les entreprises doivent collaborer avec les institutions et les organisations professionnelles. Il faut renforcer les lois qui protègent les produits et créer un réseau d'avocats spécialisés. Les accords commerciaux internationaux devraient inclure des clauses de protection des produits. Les entreprises peuvent aussi participer à des salons à l'étranger, présenter leurs produits et expliquer aux distributeurs comment reconnaître les produits authentiques.

La lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Il est important d'informer et d'éduquer les consommateurs grâce à des campagnes sur la valeur du Made in Italy alimentaire. Les clients doivent comprendre qu'un prix très bas ou un nom italien ne garantissent pas l'origine italienne. Enfin, les entreprises doivent présenter clairement la qualité de leurs produits, leur histoire et leur lien avec le territoire. Elles pourront ainsi se distinguer des imitations et conserver la confiance des clients.

Vocabulaire et grammaire : *lottare contro* = lutter contre ; *rafforzare* = renforcer ; *tutelare* = protéger. Après *occorre* et *è importante*, on emploie l'infinitif. Le conditionnel *potrebbe* exprime une possibilité.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Proteggere vendite e reputazione richiede leggi efficaci, collaborazione internazionale e informazione dei consumatori sul valore del Made in Italy.

3. Demande de correction d'une facture d'huile d'olive

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno remercie son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini pour la réception de sa commande. Elle constate que les quantités d'huile vierge et d'huile extra vierge sont inversées sur la facture et demande sa modification dans une lettre commerciale en italien.

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale avec les formules d'usage. Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, remercie son fournisseur Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048, pour la bonne réception de la commande. Signaler l'erreur de facturation et demander une facture modifiée : la commande comprend 50 litres d'huile d'olive vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile d'olive extra vierge à 10,50 €, tandis que la facture indique 50 litres d'huile extra vierge et 100 litres d'huile vierge.

Lettera modello in italiano
Il Genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100 Genova
Spett.le Oleificio Toscano Morettini
Via 25 Aprile 121, 52048 Monte San Savino (AR)
Genova, [data]
Oggetto: richiesta di rettifica della fattura
Gentili Signori,
vi ringraziamo per la regolare consegna della merce. Tuttavia, abbiamo rilevato un errore nella fattura. Il nostro ordine comprende 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € al litro e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 € al litro. La fattura indica invece 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo quindi di inviarci una fattura corretta.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo distinti saluti.
Il Genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la livraison de la marchandise. La facture inverse les quantités et les qualités d’huile. Merci de nous envoyer une facture corrigée. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire : *rilevare* signifie « constater » ; *vi preghiamo di* introduit une demande polie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Facture à corriger : 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2017)

Bilan de l'épreuve : Épreuve d'italien, langue B, du BTS Commerce international à référentiel commun européen, session 2017, code CILVEB-ITA, d'une durée de trois heures et de coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et le made in Italy alimentaire, elle évalue la compréhension écrite, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie par le nom ou la présentation d'un produit qui n'est pas nécessairement fabriqué en Italie.
- L'italian sounding peut réduire les débouchés à l'exportation et nuire à l'image et à la réputation des entreprises italiennes.
- Le compte rendu en français restitue les idées essentielles du texte en les reformulant, sans traduire chaque phrase.
- Une réclamation commerciale doit exposer clairement l'erreur constatée et formuler explicitement la demande de correction.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue demandée : français pour le compte rendu, italien pour l'expression et la lettre.
- Respecter les longueurs : 155 mots à plus ou moins 10 % pour le compte rendu et 300 mots à plus ou moins 10 % pour l'expression.
- Vérifier soigneusement les catégories d'huile, les quantités et les prix avant de décrire l'inversion sur la facture.
- Inclure dans la lettre les coordonnées des parties, les formules d'usage et une demande précise de facture modifiée.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment faire un compte rendu fidèle sans traduire tout le texte ?

Repérez la thèse, les conséquences et les solutions proposées, puis reformulez les idées essentielles en français. Ne traduisez pas phrase par phrase. Vérifiez que votre texte reste entre 140 et 170 mots, soit la fourchette autorisée.

Q : Comment distinguer l'italian sounding de la contrefaçon dans ma réponse ?

L'italian sounding évoque l'Italie par des noms ou une présentation de produits qui n'ont pas nécessairement cette origine. La contrefaçon au sens strict désigne une imitation portant atteinte à des droits protégés. L'article évoque les deux phénomènes.

Q : Combien de temps et de mots faut-il prévoir pour chaque partie ?

L'épreuve dure trois heures et chaque partie est notée sur 20. Le compte rendu compte 155 mots à plus ou moins 10 %, l'expression 300 mots à plus ou moins 10 %. Aucune longueur n'est précisée pour la lettre.

Q : Quels critères de notation faut-il respecter pour la lettre commerciale ?

La partie vaut 20 points, mais aucun barème détaillé n'est fourni. Respectez la consigne, les informations de commande, l'inversion indiquée sur la facture, la demande de correction et les conventions d'une lettre commerciale en italien.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmte.fr/assets/annales/bts-mte/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MTE - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

Ressources BTS Motorisations Toutes Énergies : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.