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

BTS Communication

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. Compte rendu du texte sur l'italian sounding et le made in Italy (1 question) **Page 3**

2. Argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon (1 question) **Page 4**

3. Demande de rectification 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://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS Communication - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. Compte rendu du texte sur l’italian sounding et le made in Italy

L’article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore le 29 novembre 2016, décrit l’imitation de produits alimentaires italiens, notamment en Amérique du Nord. Il en présente les conséquences économiques et les atteintes à l’image du made in Italy, ainsi que des pistes pour lutter contre ce phénomène.

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

L’article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore le 29 novembre 2016, alerte sur l’« italian sounding », qui consiste à faire croire qu’un produit alimentaire fabriqué ailleurs est italien. Huiles, charcuteries, pâtes, fromages, sauces et produits de boulangerie sont concernés. Le phénomène touche particulièrement l’Amérique du Nord : les imitations y sont vendues à prix réduit, parfois aux côtés des produits authentiques, difficiles à trouver. Leurs noms et leurs emballages évoquent l’Italie. Cette concurrence prive les producteurs italiens de parts de marché et limite leurs exportations. Le manque à gagner atteint 54 milliards d’euros pour l’agroalimentaire, voire 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Les réductions peuvent atteindre 80 % pour certains produits et varient de 22 à 54 % pour les pâtes.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Auricchio estime que la disparition du phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations. Il propose de renforcer les protections juridiques, les accords commerciaux et la présence aux salons, mais insiste surtout sur l’éducation et la défense de l’image du made in Italy.

2. Argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon

À partir du thème de l'italian sounding et de la contrefaçon, le candidat développe une réponse personnelle en italien. Il explique pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre ces pratiques et indique comment elles peuvent le faire.

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

Texte modèle en italien, environ 300 mots

Oggi molte aziende italiane devono affrontare la contraffazione e il fenomeno dell'«Italian sounding». Si tratta di prodotti che usano nomi, colori o immagini italiani senza essere realmente italiani. Per esempio, un olio o un formaggio imitato può sembrare autentico, ma spesso costa molto meno.

Le imprese devono lottare contro queste pratiche per proteggere i loro ricavi e i posti di lavoro. Le imitazioni occupano spazio sugli scaffali e riducono le vendite dei prodotti originali. Secondo l'articolo, il danno per il made in Italy alimentare è di 54 miliardi di euro a livello mondiale, e arriva a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Eliminare il fenomeno potrebbe aumentare l'export di circa 20 miliardi di euro.

Il problema non è solo economico. Un prodotto imitato può avere una qualità diversa e deludere il consumatore. Di conseguenza, la reputazione del made in Italy rischia di essere danneggiata. Inoltre, i clienti possono avere difficoltà a trovare i prodotti autentici e a riconoscerli.

Per reagire, le aziende devono informare meglio i consumatori sull'origine e sulla qualità dei prodotti. Possono usare etichette chiare e campagne di comunicazione. È importante anche partecipare alle fiere internazionali e collaborare con i distributori, affinché i prodotti autentici siano più visibili e facili da trovare.

Le imprese possono inoltre proteggere i propri marchi, chiedere l'applicazione delle norme e collaborare con associazioni e studi legali specializzati. Il Governo può rafforzare la tutela giuridica e inserire clausole specifiche negli accordi commerciali. Tuttavia, come spiega Auricchio, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. Servono anche cultura ed educazione: bisogna raccontare con chiarezza la storia, la qualità e il valore dei prodotti italiani. Così i consumatori potranno scegliere in modo consapevole e le aziende difenderanno il loro futuro sui mercati internazionali.

Traduction pédagogique

Aujourd'hui, de nombreuses entreprises italiennes doivent faire face à la contrefaçon et au phénomène de l'« Italian sounding ». Il s'agit de produits qui utilisent des noms, des couleurs ou des images italiennes sans être réellement italiens. Par exemple, une huile ou un fromage imité peut sembler authentique, mais coûte souvent beaucoup moins cher.

Les entreprises doivent lutter contre ces pratiques pour protéger leurs revenus et leurs emplois. Les imitations occupent de la place dans les rayons et réduisent les ventes des produits originaux. Selon l'article, le préjudice pour le made in Italy alimentaire atteint 54 milliards d'euros dans le monde, et 60 milliards si l'on inclut aussi la contrefaçon au sens strict. La disparition du phénomène pourrait augmenter les exportations d'environ 20 milliards d'euros.

Le problème n'est pas seulement économique. Un produit imité peut avoir une qualité différente et décevoir le consommateur. La réputation du made in Italy risque donc d'être atteinte. De plus, les clients peuvent avoir du mal à trouver les produits authentiques et à les reconnaître.

Pour réagir, les entreprises doivent mieux informer les consommateurs sur l'origine et la qualité des produits. Elles peuvent utiliser des étiquettes claires et des campagnes de communication. Il est également important de participer à des salons internationaux et de collaborer avec les distributeurs afin que les produits authentiques soient plus visibles et faciles à trouver.

Les entreprises peuvent aussi protéger leurs marques, demander l'application des règles et collaborer avec des associations et des cabinets juridiques spécialisés. Le gouvernement peut renforcer la protection juridique et inclure des clauses spécifiques dans les accords commerciaux. Toutefois, comme l'explique Auricchio, la lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. La culture et l'éducation sont également nécessaires : il faut raconter clairement l'histoire, la qualité et la valeur des produits italiens. Ainsi, les consommateurs pourront choisir en connaissance de cause et les entreprises protégeront leur avenir sur les marchés internationaux.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* = lutter contre ; *proteggere* = protéger ; *raggiungere* = atteindre ; *possono* + infinitif exprime la possibilité ; *affinché* + subjonctif (*siano*) exprime le but ; *bisogna* + infinitif signifie « il faut ».

✓ RÉPONSE À RETENIR

La contraffazione danneggia vendite, occupazione e reputazione del made in Italy. Si contrasta con informazione, protezione dei marchi, norme efficaci, collaborazione commerciale ed educazione dei consumatori.

3. Demande de rectification d’une facture d’huile d’olive

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

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale de la part de l’épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048. Le remercier pour la bonne réception de la commande, signaler l’erreur de facturation et demander une facture corrigée. 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 €, mais la facture indique les quantités inverses. Employer les formules d’usage.

Lettera modello in italiano
Il genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100 Genova
Oleificio Toscano Morettini
Via 25 aprile 121, 52048 Monte San Savino (AR)
Oggetto: rettifica della fattura

Gentili Signori,
Vi ringraziamo per la consegna. La merce è conforme all’ordine: 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € e 100 litri di olio d’oliva extravergine a 10,50 €. Tuttavia, la fattura indica le quantità inverse. Vi preghiamo di inviarci una fattura corretta.
In attesa di un Vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la livraison. La marchandise correspond à la commande : 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €. Toutefois, la facture inverse les quantités. Nous vous prions de nous envoyer une facture corrigée. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *fattura corretta* = facture corrigée ; *Vi preghiamo di* + infinitif = nous vous prions de.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Lettre commerciale signalant l’inversion des quantités d’huile vierge et extra vierge et demandant une facture rectifiée.

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

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS Commerce International, session 2017, code CILVEB-ITA, dure trois heures et a un coefficient 2. Elle prend pour thème l'italian sounding dans l'agroalimentaire et ses effets sur le made in Italy. Les candidats doivent résumer un article en français, argumenter en italien sur la contrefaçon et rédiger une lettre commerciale relative à une erreur de facture.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque une origine italienne pour des produits qui ne proviennent pas d'Italie.
- Les imitations concurrencent les produits authentiques, réduisent leurs débouchés et nuisent à l'image du made in Italy.
- Les pistes de lutte citées comprennent la protection juridique, les accords commerciaux, les salons et les campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale doit décrire clairement l'écart entre la commande et la facture et demander sa rectification.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le compte rendu, restituer les idées essentielles en français sans ajouter d'informations extérieures.
- Respecter les longueurs demandées : 155 mots et plus ou moins 10 % pour le compte rendu, 300 mots et plus ou moins 10 % pour l'expression.
- Pour la lettre, vérifier les catégories d'huile, les quantités, les prix et les coordonnées des deux entreprises.
- Rédiger en italien adapté à chaque tâche et utiliser les formules commerciales d'usage dans la lettre.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment réussir le compte rendu de compréhension ?

Repérez l'idée centrale, les effets économiques et d'image des imitations, puis les solutions proposées. Reformulez ces éléments en français de façon organisée, sans traduire chaque phrase ni ajouter d'informations extérieures, et respectez la longueur demandée.

Q : Quelle erreur faut-il signaler dans la lettre commerciale ?

La commande porte sur 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 €. La facture associe les quantités inverses aux catégories d'huile ; la lettre doit demander sa modification.

Q : Combien de temps consacrer à chaque partie ?

Le sujet prévoit trois heures au total, sans fixer de durée par partie. Les trois exercices valent chacun 20 points. Répartissez votre temps selon les tâches et gardez une période de relecture, en respectant les longueurs demandées.

Q : Quels critères de notation sont indiqués pour les trois tâches ?

Le sujet attribue 20 points à chacune des trois parties, sans fournir de grille détaillée. Il précise la langue attendue, le contenu des tâches et les longueurs du compte rendu et de l'expression ; la lettre doit employer les formules d'usage.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS Communication - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Communication : 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.