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 (1 question) **Page 3**

2. Les entreprises italiennes face à 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://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MCO - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

L’article de Luca Orlando décrit les produits alimentaires qui évoquent l’Italie sans en être originaires, notamment sur les marchés nord-américains. Il expose leurs effets sur les prix, les exportations et l’image des entreprises italiennes, ainsi que des moyens de lutte.

Compréhension

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 alerte sur l’« italian sounding » : des produits étrangers utilisent des noms ou des emballages évoquant l’Italie. Cette pratique concerne presque tous les secteurs alimentaires et touche particulièrement l’Amérique du Nord. Les imitations d’huile, de charcuterie, de fromages ou de pâtes sont vendues à prix réduits, parfois jusqu’à 80 %. Elles concurrencent les produits authentiques, difficiles à trouver, occupent les rayons et limitent les exportations italiennes. Le manque à gagner atteint 54 milliards d’euros à l’échelle mondiale, et 60 milliards en incluant la contrefaçon. Selon Giandomenico Auricchio, supprimer ce phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes. Au-delà des pertes financières, le dommage le plus grave concerne l’image et la réputation des entreprises. Les solutions proposées comprennent le renforcement des règles de protection, l’appui à des avocats spécialisés, des clauses dans les accords commerciaux, davantage de salons professionnels et des campagnes d’information. Auricchio insiste enfin sur l’éducation des consommateurs et la valorisation de la qualité du made in Italy.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> L’italian sounding fragilise les ventes, les exportations et la réputation du made in Italy ; la lutte associe protection juridique et sensibilisation.

2. Les entreprises italiennes face à la contrefaçon

Le candidat doit expliquer pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et comment elles peuvent le faire. La réflexion s'inscrit dans le contexte de l'italian sounding et de ses conséquences sur les produits et les entreprises du made in Italy.

Expression

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 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 vendite, l'immagine e la reputazione del Made in Italy. L'Italian sounding consiste nell'usare nomi, confezioni o immagini che evocano l'Italia per vendere prodotti che non sono italiani. Il cliente può quindi confondere un'imitazione con un prodotto autentico. Spesso questi prodotti costano meno: l'articolo cita sconti fino all'80% per alcuni alimenti. I produttori italiani perdono così clienti e spazio sugli scaffali, soprattutto all'estero. Il testo valuta a 54 miliardi di euro il danno mondiale per l'agroalimentare italiano, e a 60 miliardi includendo la contraffazione in senso stretto. Inoltre, secondo Giandomenico Auricchio, le esportazioni potrebbero aumentare di 20 miliardi se il fenomeno fosse ridotto.

Il problema non è soltanto economico. L'imitazione può indebolire la fiducia dei consumatori e danneggiare la reputazione costruita dalle imprese. Inoltre, quando il prodotto autentico è difficile da trovare e i distributori vendono insieme originali e imitazioni, la concorrenza diventa più difficile. Le aziende devono dunque proteggere i propri marchi e spiegare con chiarezza l'origine, la qualità e le caratteristiche dei prodotti. Etichette riconoscibili e informazioni semplici aiutano il cliente a scegliere consapevolmente e a distinguere l'originale.

Per affrontare il fenomeno, le imprese non possono agire da sole. Devono collaborare con le istituzioni e le associazioni professionali. È necessario rafforzare le norme di tutela, creare una rete di esperti legali e inserire clausole di protezione negli accordi di libero scambio. Le aziende possono anche partecipare a fiere internazionali e organizzare campagne informative ed educative. Tuttavia, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. Come sostiene Auricchio, occorre puntare sulla cultura e sull'educazione, raccontando in modo coerente la storia, la qualità e il valore dei prodotti italiani. In questo modo i consumatori riconoscono meglio l'autenticità, le imprese difendono i loro interessi e l'esportazione può crescere. La protezione del Made in Italy è quindi importante sia per l'economia sia per il patrimonio culturale del paese.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'« Italian sounding », car ces phénomènes nuisent aux ventes, à l'image et à la réputation du Made in Italy. L'Italian sounding consiste à utiliser des noms, des emballages ou des images qui évoquent l'Italie pour vendre des produits qui ne sont pas italiens. Le client peut donc confondre une imitation avec un produit authentique. Ces produits coûtent souvent moins cher : l'article cite des réductions allant jusqu'à 80 % pour certains aliments. Les producteurs italiens perdent ainsi des clients et de la place en rayon, surtout à l'étranger. Le texte évalue à 54 milliards d'euros le préjudice mondial pour l'agroalimentaire italien, et à 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. De plus, selon Giandomenico Auricchio, les exportations pourraient augmenter de 20 milliards si le phénomène était réduit.

Le problème n'est pas seulement économique. L'imitation peut affaiblir la confiance des consommateurs et nuire à la réputation construite par les entreprises. De plus, lorsque le produit authentique est difficile à trouver et que les distributeurs vendent ensemble les produits originaux et les imitations, la concurrence devient plus difficile. Les

entreprises doivent donc protéger leurs marques et expliquer clairement l'origine, la qualité et les caractéristiques des produits. Des étiquettes reconnaissables et des informations simples aident le client à choisir en connaissance de cause et à distinguer l'original.

Pour faire face au phénomène, les entreprises ne peuvent pas agir seules. Elles doivent collaborer avec les institutions et les associations professionnelles. Il faut renforcer les règles de protection, créer un réseau d'experts juridiques et insérer des clauses de protection dans les accords de libre-échange. Les entreprises peuvent également participer à des salons internationaux et organiser des campagnes d'information et d'éducation. Toutefois, la lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Comme l'affirme Auricchio, il faut miser sur la culture et l'éducation, en présentant de manière cohérente l'histoire, la qualité et la valeur des produits italiens. Ainsi, les consommateurs reconnaissent mieux leur authenticité, les entreprises défendent leurs intérêts et les exportations peuvent croître. La protection du Made in Italy est donc importante pour l'économie comme pour le patrimoine culturel du pays.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* signifie « lutter contre » ; *danneggiare*, « nuire à » ; *nell'usare*, « en utilisant ». Le présent expose les faits et les solutions. *Potrebbero aumentare* exprime une possibilité au conditionnel.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le imprese devono proteggere i marchi, informare i consumatori e promuovere la qualità e l'autenticità, collaborando con le istituzioni.

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 extra vierge sont inversées sur la facture et demande une modification.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre avec les formules d’usage. L’épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, écrit à Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048 : remercier pour la réception de la commande, signaler que celle-ci portait sur 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €, alors que la facture inverse les qualités, et demander la modification de la facture.

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 del nostro ordine. La fattura presenta un’inversione: avevamo ordinato 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €, ma vi risultano 50 litri di extravergine e 100 di vergine. Vi preghiamo di rettificare la fattura e di inviarci quella corretta.
Cordiali saluti,
Il genovino di Pagno

Traduction française

Nous vous remercions pour la livraison. La facture inverse les qualités : nous avions commandé 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra-vierge à 10,50 €, mais la facture indique les qualités inverses. Merci de nous envoyer une facture corrigée.

Vocabulaire et grammaire : *rettificare* signifie « rectifier ». *Avevamo ordinato* rappelle la commande antérieure. *Vi preghiamo di* formule une demande polie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Richiesta formale di rettifica della fattura: 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €.

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

Bilan de l'épreuve : Épreuve de BTS Commerce international, italien langue B, session 2017, code CILVEB-ITA, d'une durée de 3 heures et de coefficient 2. Le sujet porte sur l'italian sounding et ses effets sur le made in Italy. Il évalue la compréhension écrite en français, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale de réclamation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie pour commercialiser des produits qui ne sont pas d'origine italienne.
- Les imitations alimentaires peuvent réduire les débouchés, les exportations et la réputation des producteurs italiens.
- Le texte cite les protections juridiques, les accords commerciaux, les salons et les campagnes d'information comme pistes d'action.
- Une lettre de réclamation doit exposer clairement l'écart entre la commande et la facture, puis demander sa correction.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, sélectionner les idées essentielles et rédiger en français entre 140 et 170 mots.
- Pour l'expression, traiter les deux aspects de la question en italien dans une réponse organisée de 270 à 330 mots.
- Dans la lettre, vérifier les adresses, les qualités d'huile, les quantités et les prix sans inverser les données.
- Inclure les formules d'usage et demander explicitement une facture modifiée, sans inventer de détail commercial.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Présentez le phénomène, ses effets économiques et sur l'image des entreprises, puis les pistes de lutte mentionnées dans le texte. Reformulez en français, sans ajouter d'informations extérieures, et respectez la longueur de 155 mots avec la tolérance prévue.

Q : Quels éléments comparer pour repérer l'erreur de facturation ?

Comparez les qualités, quantités et prix de la commande avec ceux inscrits sur la facture. La commande distingue 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 €; les qualités sont inversées sur la facture.

Q : Combien de temps dure l'épreuve et combien vaut chaque partie ?

L'épreuve dure 3 heures et son coefficient est 2. Chacune des trois parties, compréhension, expression et lettre commerciale, est notée sur 20 points. Le sujet ne précise pas de répartition interne des points.

Q : Quelles longueurs sont demandées pour les productions écrites ?

Le compte rendu en français est demandé en 155 mots et l'expression en italien en 300 mots, chaque fois avec une tolérance de plus ou moins 10 %. Aucun nombre de mots n'est indiqué pour la lettre commerciale.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MCO - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Management Commercial Opérationnel : 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.