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 Maroquinerie

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. **Compréhension écrite : l'italian sounding et le made in Italy** (1 question) — **Page 3**
2. **Expression écrite : lutter contre la contrefaçon** (1 question) — **Page 4**
3. **Lettre commerciale : demande de modification d'une facture** (1 question) — **Page 6**
4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 7**

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

1. Compréhension écrite : l’italian sounding et le made in Italy

L’article de Luca Orlando décrit l’italian sounding, qui évoque l’Italie pour vendre des produits alimentaires sans lien avec le pays. Il présente les conséquences du phénomène sur les exportations, la concurrence et la réputation du made in Italy, ainsi que plusieurs pistes pour le combattre.

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 %.

Dans son article, Luca Orlando présente l’« italian sounding », pratique qui consiste à reprendre des noms, des visuels et des références italiennes pour vendre des aliments fabriqués sans lien avec l’Italie. Huiles, charcuteries, pâtes et produits laitiers sont concernés. Ces imitations, souvent proposées à des prix très inférieurs, concurrencent les produits authentiques, parfois difficiles à trouver. En Amérique du Nord, elles occupent les rayons et réduisent les débouchés des producteurs italiens. Le manque à gagner mondial atteint 54 milliards d’euros, ou 60 milliards en comptant la contrefaçon au sens strict. Giandomenico Auricchio estime que la disparition du phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes. Les dommages ne sont toutefois pas seulement financiers : l’image et la réputation du « made in Italy » sont aussi fragilisées.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Pour le combattre, l’article évoque un renforcement des protections juridiques, des clauses dans les accords de libre-échange, une présence accrue dans les salons professionnels et des campagnes d’information. Auricchio privilégie surtout la culture et l’éducation afin de faire connaître la qualité des produits italiens.

2. Expression écrite : lutter contre la contrefaçon

Le sujet s'appuie sur un article consacré aux imitations de produits alimentaires italiens et à leurs effets sur les entreprises et l'image du made in Italy. Il demande au candidat de développer en italien les raisons de combattre la contrefaçon et les moyens d'y parvenir.

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 280 parole)

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione perché danneggia le vendite e la reputazione del made in Italy. Molti prodotti imitano nomi e confezioni italiane, ma non provengono dall'Italia e non garantiscono la stessa qualità. I clienti possono essere ingannati e scegliere articoli meno cari credendo di acquistare prodotti autentici. Secondo l'articolo, il made in Italy alimentare perde 54 miliardi di euro nel mondo; la cifra raggiunge 60 miliardi includendo la contraffazione in senso stretto.

La concorrenza è particolarmente difficile all'estero. Alcune imitazioni sono vendute con forti sconti mentre i prodotti autentici sono difficili da trovare. Le aziende italiane perdono spazio sugli scaffali e quote di mercato. Di conseguenza le esportazioni possono diminuire. Inoltre i consumatori rischiano di associare la qualità italiana a prodotti senza origine italiana. Il danno riguarda quindi sia l'economia sia l'immagine del paese.

Per reagire, le imprese devono proteggere i propri marchi e collaborare con le autorità e le associazioni professionali. Le istituzioni possono rafforzare le norme di tutela e sostenere studi legali specializzati. È utile inserire clausole di protezione negli accordi di libero scambio. Le aziende possono inoltre partecipare a fiere internazionali, presentare i prodotti autentici e spiegare ai distributori le differenze rispetto alle imitazioni. Campagne informative aiutano i clienti a riconoscere provenienza e qualità.

Tuttavia la soluzione non consiste soltanto nei processi giudiziari. Occorre educare i consumatori sul valore dei prodotti autentici e delle tradizioni locali. Le imprese possono raccontare l'origine delle materie prime, i metodi di produzione e il lavoro delle persone. Così costruiscono fiducia e valorizzano la qualità. Se imprese, istituzioni e consumatori collaborano, il made in Italy può essere meglio protetto e l'export può crescere. Secondo il presidente di Assocamere Estero, eliminare il fenomeno potrebbe aumentare l'export alimentare italiano di 20 miliardi di euro.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon, car elle nuit aux ventes et à la réputation du made in Italy. De nombreux produits imitent des noms et des emballages italiens, mais ne proviennent pas d'Italie et ne garantissent pas la même qualité. Les clients peuvent être trompés et choisir des articles moins chers en pensant acheter des produits authentiques. Selon l'article, le made in Italy alimentaire perd 54 milliards d'euros dans le monde ; ce chiffre atteint 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict.

La concurrence est particulièrement difficile à l'étranger. Certaines imitations sont vendues avec de fortes réductions, tandis que les produits authentiques sont difficiles à trouver. Les entreprises italiennes perdent de la place dans les rayons et des parts de marché. Les exportations peuvent donc diminuer. De plus, les consommateurs risquent d'associer la qualité italienne à des produits qui ne sont pas d'origine italienne. Le dommage concerne ainsi l'économie comme l'image du pays.

Pour réagir, les entreprises doivent protéger leurs marques et collaborer avec les autorités et les associations professionnelles. Les institutions peuvent renforcer les règles de protection et soutenir des cabinets juridiques spécialisés. Il est utile d'insérer des clauses de protection dans les accords de libre-échange. Les entreprises

peuvent aussi participer à des salons internationaux, présenter les produits authentiques et expliquer aux distributeurs les différences avec les imitations. Des campagnes d'information aident les clients à reconnaître l'origine et la qualité.

Pourtant, la solution ne consiste pas seulement à engager des procès. Il faut sensibiliser les consommateurs à la valeur des produits authentiques et des traditions locales. Les entreprises peuvent raconter l'origine des matières premières, les méthodes de production et le travail des personnes. Elles créent ainsi la confiance et valorisent la qualité. Si les entreprises, les institutions et les consommateurs collaborent, le made in Italy peut être mieux protégé et les exportations peuvent augmenter. Selon le président d'Assocamere Estero, éliminer le phénomène pourrait accroître de 20 milliards d'euros les exportations alimentaires italiennes.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* signifie « lutter contre » ; *quote di mercato*, « parts de marché » ; *rafforzare*, « renforcer ». *Devono* exprime l'obligation et *possono* la possibilité. Après *per*, on emploie l'infinitif. La structure *se ... collaborano, ... può ...* exprime une condition.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le imprese devono proteggere i marchi e la reputazione con norme efficaci, collaborazione internazionale e informazione dei consumatori.

3. Lettre commerciale : demande de modification d’une facture

L’épicerie génoise Il genovino di Pagno écrit à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini au sujet d’une erreur de facturation. Les quantités et prix commandés sont respectés, mais les huiles vierge et extra vierge sont inversées sur la facture, qui doit être modifiée.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale de l’épicerie Il genovino di Pagno (via di Sottoripa 19, 16100) à son fournisseur Oleificio Toscano Morettini (via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048). Remercier le fournisseur pour la bonne réception de la commande, signaler l’inversion sur la facture et demander sa modification : 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 €. Employer les formules d’usage.

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)
Oggetto: richiesta di modifica della fattura
Gentili Signori,
Vi ringraziamo per la regolare consegna del nostro ordine. Dopo aver controllato la fattura, abbiamo rilevato un’inversione dei prodotti: abbiamo ricevuto 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € al litro e 100 litri di olio d’oliva extra vergine a 10,50 € al litro. Sulla fattura risultano invece 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di modificare la fattura e di inviarci il documento corretto.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française : Nous vous remercions pour la livraison de notre commande. Après vérification, nous avons constaté une inversion des produits sur la facture. Merci de la modifier et de nous envoyer le document corrigé. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *fattura* signifie « facture ». *Vi preghiamo di* est une formule de demande polie suivie de l’infinitif.

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

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 trois heures et de coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et ses effets sur le made in Italy, le candidat rédige un compte rendu en français, une réflexion argumentée en italien et une lettre commerciale demandant la correction d'une facture.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie par les noms ou les graphismes sans garantir l'origine italienne du produit.
- Les imitations concurrencent les produits authentiques, réduisent les débouchés et peuvent nuire à l'image des entreprises italiennes.
- La lutte contre le phénomène peut associer protection juridique, clauses commerciales, salons professionnels et campagnes d'information.
- Une lettre commerciale doit identifier précisément l'erreur de facture et formuler clairement la demande de correction.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, restituer les idées essentielles en français et respecter la cible de 155 mots, avec la tolérance indiquée.
- Pour l'expression, répondre aux deux aspects de la question en italien et respecter la cible de 300 mots, avec la tolérance indiquée.
- Dans la lettre, ne pas inverser les quantités ni les prix des huiles vierge et extra vierge.
- Reprendre les coordonnées fournies, structurer la lettre et employer les formules commerciales d'usage.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment respecter les limites de mots des deux productions écrites ?

Le compte rendu vise 155 mots, avec une tolérance de 10 %, soit environ 140 à 171 mots. La production d'expression vise 300 mots, soit 270 à 330 mots. Vérifiez le décompte avant de rendre votre copie.

Q : Quels éléments retenir pour expliquer l'italian sounding ?

Définissez le phénomène, puis exposez ses effets sur les ventes, les exportations et la réputation du made in Italy. L'article mentionne aussi des réponses possibles, comme la protection juridique, l'éducation et la promotion des produits authentiques.

Q : Comment organiser les trois heures de l'épreuve ?

Le sujet ne fixe pas de durée par partie. Répartissez les trois heures entre la lecture, les deux productions écrites et la relecture. Gardez du temps pour contrôler le nombre de mots, la langue et les éléments de la lettre.

Q : Quels critères précis le jury applique-t-il à chaque partie ?

Le sujet attribue 20 points à chacune des trois parties, sans fournir de grille détaillée. Répondez entièrement aux consignes, respectez la langue et le format demandés, et adaptez le registre, notamment dans la lettre commerciale.

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

Ressources BTS Maroquinerie : 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.