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. Compte rendu en français sur l'italian sounding (1 question) **Page 3**

2. Les entreprises italiennes face à la contrefaçon (1 question) **Page 4**

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

1. Compte rendu en français sur l'italian sounding

Le texte de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore, décrit l'imitation de produits alimentaires italiens sur les marchés étrangers. Il en expose les conséquences économiques et réputationnelles ainsi que des propositions pour défendre le made in Italy.

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 un article d'*Il Sole 24 Ore*, Luca Orlando décrit l'« italian sounding », qui consiste à donner une apparence italienne à des aliments fabriqués ailleurs. Huiles, charcuteries, pâtes et fromages sont concernés. Vendues à bas prix, ces imitations concurrencent les produits authentiques. En Amérique du Nord, elles occupent les rayons et limitent les exportations italiennes. Le manque à gagner atteint 54 milliards d'euros, ou 60 milliards avec la contrefaçon au sens strict. Selon Giandomenico Auricchio, président d'Assocamere Estero, les imitateurs exploitent la réputation italienne ; leur disparition pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires. Les conséquences sont financières, mais le dommage principal concerne l'image et la réputation du pays. Pour lutter contre ces pratiques, le texte propose de renforcer les protections juridiques, de soutenir des spécialistes et d'intégrer des clauses aux accords de libre-échange. Il préconise aussi les salons professionnels et des campagnes d'information et d'éducation sur la valeur des produits italiens. Auricchio estime enfin que la culture est plus efficace que les tribunaux.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le compte rendu expose le phénomène, ses effets économiques et sur la réputation, puis les moyens proposés pour défendre les produits italiens.

2. Les entreprises italiennes face à la contrefaçon

À partir de la problématique de l'italian sounding présentée dans l'article, le candidat développe une réponse argumentée en italien. Il explique pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et comment elles peuvent agir.

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

Modello in italiano

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'«italian sounding» perché questi fenomeni danneggiano l'economia e l'immagine del paese. Molti prodotti stranieri usano nomi, colori o immagini che ricordano l'Italia, anche se non sono italiani. Sono spesso venduti a prezzi molto più bassi: per esempio, secondo l'articolo, alcune imitazioni di prodotti alimentari hanno sconti fino all'80%. Di conseguenza, i prodotti autentici perdono spazio nei negozi e i produttori italiani vendono meno all'estero. Il testo stima che il settore alimentare perda 54 miliardi di euro a causa dell'italian sounding, e 60 miliardi considerando anche la contraffazione vera e propria. Inoltre, il danno riguarda la reputazione: i consumatori possono confondere l'imitazione con il prodotto originale e perdere fiducia nella qualità italiana.

Le imprese devono quindi proteggere i propri marchi e informare i clienti. È utile rafforzare le leggi, creare una rete di avvocati specializzati e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali. Anche le istituzioni devono collaborare con le aziende, sostenendo queste iniziative e controllando meglio i mercati. Le imprese, da parte loro, possono partecipare a fiere internazionali per presentare i prodotti autentici e incontrare nuovi clienti.

Tuttavia, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. È importante educare i consumatori, spiegando l'origine dei prodotti, i metodi di produzione e il valore della qualità. Campagne informative possono aiutarli a riconoscere le imitazioni e a scegliere consapevolmente. Le aziende devono raccontare in modo chiaro la storia dei loro prodotti e usare marchi e indicazioni di origine riconoscibili. Così possono valorizzare la tradizione italiana e distinguersi dalla concorrenza. L'obiettivo è difendere i produttori, ma anche garantire ai consumatori informazioni corrette. Con la collaborazione tra imprese, istituzioni e clienti, il made in Italy può conservare la sua reputazione e sviluppare le esportazioni.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'« italian sounding », car ces phénomènes nuisent à l'économie et à l'image du pays. De nombreux produits étrangers utilisent des noms, des couleurs ou des images qui rappellent l'Italie, sans être italiens. Ils sont souvent vendus beaucoup moins cher : selon l'article, certaines imitations de produits alimentaires bénéficient de réductions allant jusqu'à 80 %. Les produits authentiques perdent donc de la place dans les magasins et les producteurs italiens vendent moins à l'étranger. Le texte estime que le secteur alimentaire perd 54 milliards d'euros à cause de l'italian sounding, et 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Le préjudice touche aussi la réputation : les consommateurs peuvent confondre imitation et produit original, puis perdre confiance dans la qualité italienne.

Les entreprises doivent donc protéger leurs marques et informer les clients. Il est utile de renforcer les lois, de créer un réseau d'avocats spécialisés et d'insérer des clauses de protection dans les accords commerciaux. Les institutions doivent aussi collaborer avec les entreprises, soutenir ces initiatives et mieux contrôler les marchés. De leur côté, les entreprises peuvent participer à des salons internationaux pour présenter les produits authentiques et rencontrer de nouveaux clients.

La lutte ne doit toutefois pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Il est important d'éduquer les consommateurs en expliquant l'origine des produits, les méthodes de production et la valeur de la qualité. Des campagnes d'information peuvent les aider à reconnaître les imitations et à choisir en connaissance de cause. Les entreprises doivent raconter clairement l'histoire de leurs produits et utiliser des marques et des indications

d’origine reconnaissables. Ainsi, elles peuvent valoriser la tradition italienne et se distinguer de la concurrence. L’objectif est de défendre les producteurs et de garantir aux consommateurs des informations correctes. Grâce à la collaboration entre entreprises, institutions et clients, le made in Italy peut préserver sa réputation et développer ses exportations.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* = lutter contre ; *danneggiare* = nuire à ; *perdere spazio* = perdre de la place ; *rafforzare* = renforcer ; *è importante* + *infinitif* = il est important de + infinitif ; *possono aiutare a* + *infinitif* = peuvent aider à + infinitif.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le contraffazioni danneggiano le vendite e la reputazione. Le aziende devono proteggere i marchi, informare i consumatori e collaborare con le istituzioni per valorizzare i prodotti autentici.

3. Demande de rectification d'une facture

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno remercie son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini pour la réception de sa commande, mais constate une erreur sur la facture. Le candidat rédige en italien une lettre demandant sa modification et reprend les coordonnées, les quantités et les prix fournis.

Question III. Rédiger en italien, avec les formules d'usage, une lettre 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'erreur de facturation et demander la modification de la facture. La commande porte sur 50 litres d'huile d'olive vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile d'olive extra vierge à 10,50 € ; la facture indique 50 litres d'huile extra vierge et 100 litres d'huile vierge.

Lettera modello
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 del nostro ordine. Dopo aver controllato la fattura, abbiamo constatato un errore: abbiamo ricevuto 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €, ma in fattura i prodotti sono indicati al contrario. 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 bonne livraison de notre commande. La facture comporte une erreur : les deux huiles y sont inversées. Merci de nous envoyer une facture corrigée. Dans l'attente de votre réponse, veuillez recevoir nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *vi preghiamo di* signifie « nous vous prions de » et est suivi de l'infinitif ; *abbiamo constatato* est un passé composé.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Richiesta di una fattura corretta: 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 trois heures et de coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et ses effets sur le made in Italy, elle 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 réduisent les débouchés des produits authentiques et portent atteinte à l'image des entreprises italiennes.
- La défense du made in Italy peut combiner protection juridique, accords commerciaux, salons et campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale doit distinguer clairement les données de la commande de celles portées sur la facture.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue demandée : compte rendu en français, expression et lettre en italien.
- Respecter les longueurs : 155 mots plus ou moins 10 % pour le compte rendu et 300 mots plus ou moins 10 % pour l'expression.
- Dans la lettre, vérifier les adresses, les quantités, les types d'huile et les prix avant de demander la rectification.
- Organiser les textes clairement, utiliser un registre adapté et respecter les formules d'usage dans la lettre.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment construire le compte rendu demandé en compréhension ?

Repérez la définition de l'italian sounding, ses effets économiques et sur la réputation, les exemples donnés et les solutions proposées. Reformulez ces éléments en français sans ajouter d'opinion, puis vérifiez que le texte compte entre 140 et 170 mots.

Q : Comment éviter de confondre l'erreur de facture dans la lettre commerciale ?

Comparez séparément la commande et la facture. La commande prévoit 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 € ; la facture inverse les quantités des deux huiles.

Q : Comment répartir le temps pendant les trois heures d'épreuve ?

Le sujet ne fixe pas de durée par partie. Répartissez les trois heures entre la lecture, le compte rendu, l'expression et la lettre, puis gardez quelques minutes pour vérifier les langues, les consignes, les longueurs et les données chiffrées.

Q : Quels éléments faut-il soigner pour répondre aux attentes du jury ?

Chaque partie vaut 20 points, mais le sujet ne fournit pas de grille détaillée. Répondez précisément à la tâche, respectez la langue et la longueur demandées, et soignez la cohérence, la correction linguistique et les conventions de la lettre commerciale.

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

Ressources BTS Tourisme : 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.