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 d'un article sur l'italian sounding** (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://btsmv.fr/assets/annales/bts-mv/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MV - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. Compte rendu en français d’un article sur l’italian sounding

L’article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore, décrit l’imitation de produits alimentaires italiens sur les marchés nord-américains et ses conséquences pour les exportations et la réputation du made in Italy. Il présente également plusieurs pistes pour lutter contre ce phénomène.

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

Luca Orlando dénonce, dans un article du 29 novembre 2016, l’«italian sounding» : des entreprises font passer pour italiens des aliments fabriqués ailleurs. Le phénomène touche presque tous les secteurs, notamment l’huile, les charcuteries et les pâtes. En Amérique du Nord, certaines imitations coûtent jusqu’à 80 % moins cher, tandis que les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver. Leurs noms et emballages évoquent l’Italie. Selon Giandomenico Auricchio, les imitateurs en tirent un «premium price» grâce à la réputation italienne. Cette concurrence prive les producteurs italiens de parts de marché et limite leurs exportations. Le manque à gagner mondial atteint 54 milliards d’euros, ou 60 milliards avec la contrefaçon. Auricchio estime que combattre ces pratiques pourrait augmenter de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes. Pour agir, l’article préconise de renforcer les protections juridiques, d’inclure des clauses dans les accords commerciaux, de participer aux salons et de mener des campagnes d’information. Enfin, Auricchio privilégie l’éducation et la valorisation de la qualité italienne pour défendre l’image et la réputation du «made in Italy».

✓ RÉPONSE À RETENIR

L’italian sounding affaiblit les exportations et la réputation du made in Italy ; sa lutte associe protections juridiques, information et éducation.

2. Argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon

Le candidat développe en italien une réflexion sur les effets des imitations de produits italiens et sur les moyens de les combattre. Il répond à une question portant sur les raisons pour lesquelles les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et sur les actions possibles.

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

Testo modello in italiano (circa 300 parole)

Le aziende italiane devono lottare contro l'italian sounding e la contraffazione perché questi fenomeni danneggiano le vendite, le esportazioni e la reputazione del Made in Italy. Molti prodotti imitano nomi, confezioni o immagini italiane senza essere autentici. Il consumatore può essere ingannato e comprare un prodotto meno caro, ma di origine o qualità diverse.

Il fenomeno riguarda numerosi alimenti: olio, formaggi, salumi, pasta e prodotti da forno. Le imitazioni occupano spazio nei negozi e riducono le possibilità di vendita dei produttori italiani, soprattutto all'estero. Secondo l'articolo, l'italian sounding costa al settore alimentare 54 miliardi di euro; la cifra arriva a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Inoltre, il danno non è soltanto economico: l'immagine e la reputazione dell'Italia possono essere compromesse. Se i clienti perdono fiducia, anche i prodotti autentici rischiano di essere penalizzati. Ridurre il fenomeno potrebbe far aumentare di 20 miliardi di euro le esportazioni alimentari italiane.

Per reagire, le imprese devono proteggere i propri marchi e collaborare con le istituzioni. È importante rafforzare le norme, ricorrere a studi legali specializzati e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali. Le aziende possono anche partecipare a fiere internazionali per presentare i prodotti autentici e trovare nuovi clienti. Inoltre, distributori e grossisti dovrebbero distinguere chiaramente gli originali dalle imitazioni.

Infine, bisogna informare ed educare i consumatori con campagne che spieghino l'origine e la qualità dei prodotti. A mio parere, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali: la cultura e l'informazione sono essenziali. Valorizzando il Made in Italy, le imprese possono difendere i propri interessi e la fiducia dei clienti.

Traduction pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre l'italian sounding et la contrefaçon, car ces phénomènes nuisent aux ventes, aux exportations et à la réputation du Made in Italy. De nombreux produits imitent des noms, des emballages ou des images italiens sans être authentiques. Le consommateur peut être trompé et acheter un produit moins cher, mais d'origine ou de qualité différente.

Le phénomène concerne de nombreux aliments : huile, fromages, charcuterie, pâtes et produits de boulangerie. Les imitations occupent de la place dans les magasins et réduisent les possibilités de vente des producteurs italiens, surtout à l'étranger. Selon l'article, l'italian sounding coûte 54 milliards d'euros au secteur alimentaire ; le chiffre atteint 60 milliards en comptant aussi la contrefaçon au sens strict. Le préjudice n'est pas seulement économique : l'image et la réputation de l'Italie peuvent être compromises. Si les clients perdent confiance, même les produits authentiques risquent d'être pénalisés. Réduire le phénomène pourrait augmenter de 20 milliards d'euros les exportations alimentaires italiennes.

Pour réagir, les entreprises doivent protéger leurs marques et collaborer avec les institutions. Il est important de renforcer les règles, de recourir à des cabinets juridiques spécialisés et d'insérer des clauses de protection dans les accords commerciaux. Les entreprises peuvent aussi participer à des salons internationaux pour présenter les produits authentiques et trouver de nouveaux clients. Les distributeurs et les grossistes devraient également distinguer clairement les produits originaux des imitations.

Enfin, il faut informer et sensibiliser les consommateurs par des campagnes qui expliquent l'origine et la qualité des produits. À mon avis, la lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux : la culture et l'information sont essentielles. En valorisant le Made in Italy, les entreprises peuvent défendre leurs intérêts et la confiance des clients.

Vocabulaire et grammaire : *lottare contro* = lutter contre ; *danneggiare* = nuire à ; *la reputazione* = la réputation ; *rafforzare* = renforcer. *Devono* exprime l'obligation. Après *è importante*, l'infinitif (*rafforzare*) permet une formulation simple ; après *bisogna*, on emploie également l'infinitif (*informare*).

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le imprese devono proteggere marchi e reputazione, rafforzare la tutela legale e informare i consumatori sull'origine e sulla qualità dei prodotti autentici.

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

L’épicerie génoise Il genovino di Pagno constate une erreur sur la facture de son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini, alors que les quantités et les prix livrés correspondent à la commande. Elle doit rédiger en italien une lettre commerciale signalant l’inversion des catégories d’huile et demandant la modification de la facture.

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 que la livraison conforme comprend 50 litres d’huile d’olive vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €, mais que la facture indique ces catégories en quantités inversées, puis demander sa modification.

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

Genova, [data]
Gentili Signori,
vi ringraziamo per la regolare consegna del nostro ordine. Abbiamo ricevuto 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €, come ordinato. La fattura indica invece 50 litri di olio extravergine e 100 litri di olio vergine. Vi chiediamo quindi di modificarla e di inviarci la fattura corretta.
Cordiali saluti,
Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la livraison conforme de notre commande. Nous avons reçu les quantités et les huiles commandées, mais la facture inverse les catégories. Nous vous demandons de la modifier et de nous envoyer la facture corrigée. Cordialement.

Vocabulaire et grammaire
Vi chiediamo di signifie « nous vous demandons de » et se construit avec l’infinitif. *Invece* signifie « en revanche ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Demander une facture rectifiée : 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 : Cette épreuve de BTS Commerce International, session 2017, code CILVEB-ITA, dure 3 heures et a un coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et ses effets sur le made in Italy alimentaire, elle évalue la compréhension écrite en français, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale de réclamation pour erreur de facturation.

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 pénalisent les exportations ainsi que l'image des entreprises italiennes.
- Les moyens de lutte cités incluent la protection juridique, les clauses commerciales, les salons professionnels et les campagnes d'information.
- Une réclamation de facture doit préciser les quantités et catégories commandées, celles facturées et la correction demandée.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue de chaque tâche : compte rendu en français, expression et lettre commerciale en italien.
- Viser 155 mots pour le compte rendu et 300 mots pour l'expression, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.
- Dans le compte rendu, restituer les idées essentielles du texte sans le traduire intégralement ni ajouter d'avis personnel.
- Dans la lettre, vérifier les coordonnées, les quantités, les types d'huile, les prix et la demande explicite de rectification.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment respecter les longueurs demandées pour le compte rendu et l'expression ?

Le compte rendu vise 155 mots, soit environ 140 à 170 mots. L'expression vise 300 mots, soit environ 270 à 330 mots. Comptez vos mots et gardez du temps pour relire la cohérence, la grammaire et le vocabulaire.

Q : Quels éléments essentiels faut-il restituer dans le compte rendu ?

Présentez la définition de l'italian sounding, ses effets économiques et son impact sur la réputation du made in Italy. Mentionnez les solutions proposées par l'article, en reformulant ses idées principales en français plutôt qu'en traduisant chaque détail.

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

Les trois parties valent chacune 20 points. Répartissez le temps entre le compte rendu, l'expression et la lettre selon vos besoins, sans négliger la rédaction finale. Réservez quelques minutes à la relecture et à la vérification des consignes.

Q : Quels critères vérifier pour réussir la lettre commerciale ?

La lettre doit employer les formules d'usage et identifier clairement le fournisseur, l'erreur et la correction attendue. Vérifiez les adresses, les 50 et 100 litres, les catégories vierge et extra vierge ainsi que les prix correspondants.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmv.fr/assets/annales/bts-mv/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MV - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Maintenance des Véhicules : 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.