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 sur l'italian sounding et le made in Italy** (1 question) — **Page 3**

2. **Pourquoi et comment lutter 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://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS CCST - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

L’article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore le 29 novembre 2016, explique comment l’italian sounding imite l’identité italienne pour des produits alimentaires qui ne sont pas nécessairement italiens. Il expose les pertes économiques et d’image pour les entreprises italiennes, ainsi que plusieurs pistes pour freiner le phénomène.

Compréhension

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

L’article de Luca Orlando, publié le 29 novembre 2016 dans *Il Sole 24 Ore*, dénonce l’« italian sounding » : des produits alimentaires utilisent des noms et des codes visuels italiens sans être issus d’Italie. Le phénomène concerne presque tous les secteurs, de l’huile aux pâtes, en passant par les charcuteries et les fromages. Les imitations, vendues à prix fortement réduits, sont parfois plus accessibles que les produits authentiques, difficiles à trouver en Amérique du Nord. Certains grossistes commercialisent même les deux côte à côte. Cette concurrence prive les producteurs italiens de débouchés et freine leurs exportations. Les pertes mondiales atteignent 54 milliards d’euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Auricchio estime que l’élimination du phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Au-delà des pertes financières, l’italian sounding nuit à l’image et à la réputation du made in Italy. L’article propose protections juridiques, clauses commerciales, salons et campagnes d’information. Auricchio privilégie la culture et l’éducation pour valoriser la qualité italienne.

2. Pourquoi et comment lutter contre la contrefaçon

Le sujet invite à réfléchir aux raisons pour lesquelles les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et aux moyens de le faire. La réflexion peut s'appuyer sur les effets de l'italian sounding et sur les solutions mentionnées dans l'article.

Expression

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

Testo modello in italiano

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione perché essa danneggia le vendite, l'economia e la reputazione del Paese. L'«italian sounding» consiste nel richiamare l'Italia con nomi o immagini, anche se il prodotto non ha un legame autentico con il Paese. Non è sempre una contraffazione in senso giuridico stretto, ma crea confusione e fa concorrenza ai prodotti originali. Per esempio, all'estero si trovano imitazioni di olio, formaggi, pasta e prosciutto a prezzi molto bassi.

Le conseguenze sono gravi. Le imitazioni occupano spazio sugli scaffali e rendono più difficile trovare i prodotti autentici. Le imprese italiane vendono meno e incontrano ostacoli nell'esportazione. Secondo l'articolo, il settore alimentare perde 54 miliardi di euro a causa dell'«italian sounding» e 60 miliardi includendo anche la contraffazione vera e propria. Il danno riguarda anche l'immagine: i clienti possono confondere l'imitazione con l'originale e perdere fiducia nella qualità del «made in Italy». Giandomenico Auricchio stima inoltre che, eliminando il fenomeno, l'export alimentare italiano potrebbe aumentare di 20 miliardi di euro.

Per combattere il problema, le aziende e le istituzioni devono agire insieme. Occorre rafforzare le norme che proteggono i marchi e i prodotti italiani e creare una rete di avvocati specializzati, eventualmente con un sostegno pubblico. Gli accordi di libero scambio possono comprendere clausole per tutelare l'origine dei prodotti. È importante anche partecipare alle fiere internazionali, presentare i prodotti autentici e cercare nuovi clienti.

La legge, però, non basta. Servono campagne di informazione ed educazione per aiutare i consumatori a riconoscere l'originale e a comprenderne il valore. Le aziende possono raccontare la storia dei prodotti, il loro legame con il territorio e il lavoro dei produttori. A mio parere, una comunicazione chiara, insieme alla tutela legale, permette di difendere le vendite, l'occupazione e la cultura italiana.

Traduction pédagogique en français

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon, car elle nuit aux ventes, à l'économie et à la réputation du pays. L'« italian sounding » consiste à évoquer l'Italie par des noms ou des images, même si le produit n'a pas de lien authentique avec le pays. Ce n'est pas toujours une contrefaçon au sens juridique strict, mais cela crée de la confusion et concurrence les produits originaux. À l'étranger, on trouve par exemple des imitations d'huile, de fromages, de pâtes et de jambon à très bas prix.

Les conséquences sont graves. Les imitations occupent de la place dans les rayons et rendent les produits authentiques plus difficiles à trouver. Les entreprises italiennes vendent moins et rencontrent des obstacles à l'exportation. Selon l'article, le secteur alimentaire perd 54 milliards d'euros à cause de l'« italian sounding », et 60 milliards si l'on inclut aussi la contrefaçon au sens strict. Le préjudice concerne également l'image : les clients peuvent confondre l'imitation avec l'original et perdre confiance dans la qualité du « made in Italy ». Giandomenico Auricchio estime aussi que, si le phénomène disparaissait, les exportations alimentaires italiennes pourraient augmenter de 20 milliards d'euros.

Pour lutter contre le problème, les entreprises et les institutions doivent agir ensemble. Il faut renforcer les règles qui protègent les marques et les produits italiens, et créer un réseau d'avocats spécialisés, éventuellement avec un soutien public. Les accords de libre-échange peuvent comporter des clauses protégeant l'origine des produits. Il est également important de participer aux salons internationaux, de présenter les produits authentiques et de chercher de nouveaux clients.

La loi ne suffit toutefois pas. Des campagnes d'information et d'éducation sont nécessaires pour aider les consommateurs à reconnaître les produits originaux et à en comprendre la valeur. Les entreprises peuvent raconter l'histoire des produits, leur lien avec le territoire et le travail des producteurs. À mon avis, une communication claire, associée à une protection juridique, permet de défendre les ventes, l'emploi et la culture italienne.

Vocabulaire et grammaire : *lottare contro* = lutter contre ; *danneggiare* = nuire à ; *rafforzare* = renforcer ; *tutelare* = protéger. *Devono agire* exprime l'obligation ; *perché* introduit une cause ; *potrebbe aumentare* exprime une possibilité.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le aziende italiane devono difendere vendite, reputazione e origine dei prodotti con norme efficaci, promozione dell'autentico e informazione 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 réception de sa commande, mais constate une erreur sur la facture. Les quantités facturées d’huile vierge et extra vierge ne correspondent pas à la commande, qui précise aussi leurs prix respectifs.

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’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. Employer les formules d’usage.

Modèle en italien
Il genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100 Genova
Oleificio Toscano Morettini
Via 25 aprile 121, 52048 Monte San Savino (AR)
Genova, [data]
Oggetto: Richiesta di rettifica della fattura
Spett.le Oleificio Toscano Morettini,
Vi ringraziamo per la regolare consegna della merce ordinata. Dopo aver verificato la fattura, abbiamo constatato un errore: il nostro ordine comprende 50 litri di olio vergine a 9,50 euro e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 euro, mentre la fattura indica 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di modificare la fattura e di inviarci una copia corretta. In attesa di un vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la livraison de la marchandise commandée. La facture inverse les deux types d’huile et leurs quantités. Merci de la rectifier et de nous envoyer une copie corrigée. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *rettifica* signifie « rectification » ; *Vi preghiamo di* est une formule polie suivie de l’infinitif ; *mentre* signifie « tandis que ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Rectifier la facture selon la commande : 50 L d’huile vierge à 9,50 € et 100 L d’huile extra vierge à 10,50 €.

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

Bilan de l'épreuve : Épreuve de langue vivante étrangère, italien langue B, du BTS Commerce international à référentiel commun européen, session 2017, code CILVEB-ITA, d'une durée de 3 heures et de coefficient 2. À partir d'un article de Luca Orlando sur l'italian sounding et le made in Italy, elle évalue la compréhension écrite, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale signalant une erreur de facturation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'identité italienne pour des produits qui ne sont pas nécessairement fabriqués en Italie.
- Un compte rendu restitue les idées essentielles du texte dans la langue demandée, sans ajouter d'informations non présentes.
- Une lettre commerciale expose clairement les faits, formule la demande et respecte les usages de correspondance.
- Pour vérifier une facture, comparer pour chaque produit la désignation, la quantité et le prix avec la commande.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue demandée : français pour le compte rendu, italien pour l'expression et la lettre.
- Respecter les longueurs : 155 mots ± 10 % pour le compte rendu et 300 mots ± 10 % pour l'expression.
- Dans la lettre, distinguer correctement huile vierge et extra vierge, avec leurs quantités et prix respectifs.
- Inclure les coordonnées fournies, la demande de rectification et les formules d'usage en italien.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Repérez la définition de l'italian sounding, ses conséquences économiques et sur l'image des entreprises, puis les solutions proposées. Reformulez les idées essentielles en français, sans avis personnel, et vérifiez que le compte rendu compte entre 140 et 170 mots.

Q : Comment vérifier précisément l'erreur de facturation dans la lettre ?

Comparez la commande et la facture ligne par ligne : nature de l'huile, quantité et prix. La commande distingue 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 € ; la facture inverse les catégories.

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

Répartissez le temps entre les trois parties et gardez quelques minutes pour relire. Lisez d'abord l'article, relevez ses idées principales, puis rédigez les deux productions en surveillant les limites de mots et vérifiez attentivement la lettre.

Q : Quels éléments sont importants pour réussir la lettre commerciale ?

Présentez clairement l'expéditeur et le destinataire, remerciez le fournisseur, expliquez l'écart entre commande et facture et demandez explicitement une facture rectifiée. Vérifiez les adresses, les quantités, les prix, les formules de politesse et la correction de l'italien.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS CCST - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Conseil et Commercialisation de Solutions Techniques : 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.