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 d’un article sur l’italian sounding (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://btscrsa.fr/assets/annales/bts-crsa/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS CRSA - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

L’article de Luca Orlando décrit l’italian sounding, qui associe des produits non italiens à des noms ou à des codes évoquant l’Italie, notamment sur le marché nord-américain. Il expose les conséquences économiques et réputationnelles pour le made in Italy, ainsi que plusieurs moyens proposés pour limiter le phénomène.

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 publié le 29 novembre 2016, Luca Orlando dénonce l’« italian sounding », pratique qui consiste à donner à des produits étrangers des noms ou une apparence évoquant l’Italie. Ce phénomène touche presque tous les secteurs alimentaires et se développe particulièrement en Amérique du Nord. Huile, jambon, fromages et pâtes sont concernés ; les imitations sont souvent vendues à prix réduit, parfois jusqu’à 80 %. Les produits authentiques sont difficiles à trouver et certains distributeurs commercialisent originaux et copies côte à côte. Cette concurrence prive les producteurs italiens d’espace en magasin et de débouchés, limitant leurs exportations. Le manque à gagner mondial atteint 54 milliards d’euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon. Selon Giandomenico Auricchio, supprimer le phénomène pourrait augmenter de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes, presque les doubler.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les solutions associent protections juridiques, clauses commerciales et campagnes d’information. Auricchio juge l’atteinte à l’image grave et privilégie l’éducation et la valorisation de l’authenticité italienne.

2. Pourquoi et comment lutter contre la contrefaçon

La consigne invite à réfléchir à la lutte des entreprises italiennes contre la contrefaçon, en lien avec les menaces évoquées dans l'article sur le made in Italy. Le candidat doit répondre en italien en présentant les raisons de cette lutte et les moyens d'action possibles.

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, le esportazioni e la reputazione del Made in Italy. L'italian sounding consiste nell'usare nomi, immagini o confezioni che evocano l'Italia per prodotti che non provengono dal nostro paese. Non è sempre una contraffazione in senso giuridico, ma può confondere i consumatori sull'origine dei prodotti. Le imitazioni costano spesso meno e occupano spazio nei negozi: così i prodotti autentici sono meno visibili e le imprese italiane perdono clienti. Secondo l'articolo, il settore alimentare perde 54 miliardi di euro a livello mondiale, cifra che arriva a 60 miliardi considerando anche la contraffazione vera e propria. Eliminando il fenomeno, le esportazioni alimentari potrebbero aumentare di 20 miliardi.

Il danno riguarda anche l'immagine del paese. Se i consumatori non distinguono i prodotti autentici dalle imitazioni, possono perdere fiducia nella qualità italiana. Proteggere il Made in Italy significa quindi difendere il lavoro delle imprese, informare il pubblico e valorizzare l'origine e i metodi di produzione.

Le aziende possono registrare e proteggere i propri marchi, controllare i mercati e segnalare le violazioni alle autorità. Possono inoltre collaborare con avvocati specializzati e chiedere strumenti normativi più efficaci. Gli accordi di libero scambio possono contenere clausole per tutelare i prodotti italiani. Anche la collaborazione con distributori e negozianti è utile, perché permette di distinguere meglio i prodotti autentici dalle imitazioni.

La lotta non deve però svolgersi soltanto nei tribunali. Le imprese possono partecipare a fiere internazionali e realizzare campagne educative e informative. Devono raccontare con chiarezza l'origine dei prodotti e spiegare il valore della qualità italiana. In conclusione, la protezione legale deve essere accompagnata dalla cultura e dall'educazione dei consumatori. In questo modo le aziende possono difendere la propria reputazione e sviluppare le esportazioni.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'italian sounding, car ces phénomènes nuisent aux ventes, aux exportations et à la réputation du Made in Italy. L'italian sounding consiste à utiliser des noms, des images ou des emballages qui évoquent l'Italie pour des produits qui ne viennent pas du pays. Il ne s'agit pas toujours d'une contrefaçon au sens juridique, mais cela peut tromper les consommateurs sur l'origine des produits. Les imitations coûtent souvent moins cher et occupent de la place dans les magasins : les produits authentiques sont alors moins visibles et les entreprises italiennes perdent des clients. Selon l'article, le secteur alimentaire perd 54 milliards d'euros dans le monde, et 60 milliards si l'on inclut aussi la contrefaçon proprement dite. Sans ce phénomène, les exportations alimentaires pourraient augmenter de 20 milliards.

Le préjudice touche aussi l'image du pays. Si les consommateurs ne distinguent pas les produits authentiques des imitations, ils peuvent perdre confiance dans la qualité italienne. Protéger le Made in Italy signifie donc défendre le travail des entreprises, informer le public et mettre en valeur l'origine et les méthodes de production.

Les entreprises peuvent enregistrer et protéger leurs marques, surveiller les marchés et signaler les infractions aux autorités. Elles peuvent aussi collaborer avec des avocats spécialisés et demander des règles plus efficaces. Les accords de libre-échange peuvent comporter des clauses protégeant les produits italiens. La collaboration

avec les distributeurs et les commerçants est également utile pour distinguer les produits authentiques des imitations.

La lutte ne doit toutefois pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Les entreprises peuvent participer à des salons internationaux et organiser des campagnes éducatives et d'information. Elles doivent présenter clairement l'origine des produits et expliquer la valeur de la qualité italienne. En conclusion, la protection juridique doit s'accompagner de culture et d'éducation des consommateurs.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* = lutter contre ; *danneggiare* = nuire à ; *evocare* = évoquer ; *tutelare* = protéger ; *devono* + infinitif exprime l'obligation ; *potrebbero* exprime une possibilité.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le aziende devono proteggere marchi e origine, collaborare con le autorità e informare i consumatori per difendere la reputazione e le esportazioni del Made in Italy.

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 bonne réception de sa commande, mais constate une erreur sur la facture. Les quantités de 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et de 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 € y sont affectées aux qualités inverses.

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale avec les formules d’usage. Au nom de l’épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, remercier le fournisseur Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048, pour la bonne réception de la commande. Signaler que la commande porte sur 50 litres d’huile d’olive vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €, tandis que la facture indique les qualités inverses, et demander sa modification.

Lettera 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 rettifica della fattura
Gentili Signori,
Vi ringraziamo per la regolare consegna del nostro ordine. La fattura, tuttavia, non corrisponde all’ordine: abbiamo ricevuto 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €, ma in fattura le qualità risultano invertite. Vi preghiamo di rettificarla e di inviarci il documento corretto.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo distinti saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française : Merci pour la livraison conforme. La facture inverse les qualités commandées : 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €. Merci de la corriger. Salutations distinguées.

Repères : « Vi preghiamo di » signifie « nous vous prions de » et se construit avec l’infinitif. « Rettificarla » signifie « la rectifier ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Fattura da rettificare: 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €.

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

Bilan de l'épreuve : Épreuve de BTS Commerce international, langue vivante étrangère 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 réalise un compte rendu en français, développe une argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon, puis rédige une lettre commerciale de réclamation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding utilise des noms ou des signes évoquant l'Italie pour commercialiser des produits qui ne sont pas italiens.
- L'article estime à 54 milliards d'euros les pertes de l'agroalimentaire italien, et à 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict.
- Les moyens de lutte cités comprennent la protection juridique, les clauses dans les accords commerciaux, les salons et les campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale doit distinguer précisément les qualités, les quantités et les prix commandés des indications erronées de la facture.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, restituer en français les éléments essentiels du texte en 155 mots, avec une tolérance de 10 %.
- Pour l'expression, traiter les deux volets de la question et rédiger en italien entre 270 et 330 mots.
- Dans la lettre, vérifier soigneusement l'association entre chaque qualité d'huile, quantité et prix unitaire.
- Respecter les formules d'usage et demander explicitement la modification de la facture.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Quelle longueur faut-il respecter pour le compte rendu et l'expression ?

Le compte rendu doit compter 155 mots, avec une tolérance de 10 %, soit environ 140 à 170 mots. La réponse d'expression doit compter 300 mots, soit 270 à 330 mots.

Q : Que signifie « italian sounding » dans l'article ?

L'expression désigne la présentation de produits non italiens au moyen de noms ou de signes qui évoquent l'Italie. Selon l'article, cette pratique nuit aux ventes et à l'image des producteurs du made in Italy.

Q : Comment organiser les trois heures d'épreuve ?

Le sujet ne fixe pas de durée par partie. Il prévoit trois tâches notées chacune sur 20 points : compréhension, expression et lettre commerciale. Répartissez le temps entre elles et gardez quelques minutes pour relire.

Q : Le sujet détaille-t-il les critères de notation ?

Le sujet attribue 20 points à chacune des trois parties, mais ne présente pas de sous-critères de notation. Il précise les langues attendues, les longueurs pour les deux premières tâches et les formules d'usage pour la lettre.

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

Ressources BTS Conception et Réalisation de Systèmes Automatiques : 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.