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 INDUSTRIES CÉRAMIQUES • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

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 ses effets sur le made in Italy** (1 question) — **Page 3**
2. **Les raisons et les moyens de 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://btsic.fr/assets/annales/bts-ic/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS IC - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

Le texte de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore, décrit l’italian sounding : des produits alimentaires qui évoquent l’Italie sans en être originaires. Il expose les pertes économiques et d’image pour les entreprises italiennes, ainsi que des pistes de lutte juridiques, commerciales et éducatives.

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 publié le 29 novembre 2016, Luca Orlando dénonce l’« italian sounding », qui consiste à donner une apparence italienne à des produits alimentaires sans lien avec l’Italie. Huiles, charcuteries, pâtes, produits laitiers et autres aliments sont concernés. En Amérique du Nord, ces imitations sont vendues à prix réduit : jusqu’à 70 % pour l’huile, 80 % pour le jambon de Parme et pour la fontine et le pecorino à Los Angeles, et de 22 à 54 % pour les pâtes. Cette concurrence réduit les débouchés et les exportations italiennes. Le manque à gagner atteint 54 milliards d’euros dans le monde, voire 60 milliards en incluant la contrefaçon. Giandomenico Auricchio estime que la disparition du phénomène pourrait augmenter de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes. Pour le combattre, l’article préconise une meilleure protection juridique, des clauses dans les accords commerciaux, la participation aux salons professionnels et des campagnes d’information. Toutefois, le dommage le plus grave concerne l’image et la réputation. Auricchio privilégie donc l’éducation et la valorisation de la qualité italienne.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le texte dénonce les pertes économiques et d’image liées aux imitations, et préconise des mesures juridiques, commerciales et éducatives.

2. Les raisons et les moyens de lutter contre la contrefaçon

Le sujet invite à développer en italien une réponse argumentée sur la lutte des entreprises italiennes contre la contrefaçon. La réflexion s'inscrit dans le contexte des imitations de produits alimentaires et de leurs conséquences pour le made in Italy.

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 perché essa danneggia non solo le vendite, ma anche l'immagine del Paese. Con l'espressione «italian sounding» si indicano prodotti stranieri presentati con nomi, confezioni o immagini che fanno pensare all'Italia, pur non essendo autentici. Il consumatore può essere ingannato e pagare per un prodotto che non offre la stessa origine e qualità.

Il fenomeno riguarda molti alimenti: olio, prosciutto, formaggi e pasta. Le imitazioni sono spesso vendute a prezzi molto più bassi. Secondo l'articolo, gli sconti possono arrivare fino all'80% per alcuni prodotti. Inoltre, i prodotti autentici sono talvolta difficili da trovare e le imitazioni occupano spazio nei negozi, anche accanto agli originali. Per questo le imprese italiane perdono clienti, ricavi e possibilità di esportare. L'articolo stima in 54 miliardi di euro le perdite globali legate all'italian sounding; la cifra sale a 60 miliardi includendo la contraffazione in senso stretto. Il danno riguarda anche la reputazione: se il pubblico confonde l'originale con la copia, può dubitare della qualità del made in Italy.

Per difendersi, le aziende e le istituzioni devono collaborare. È importante rafforzare le norme che tutelano i prodotti italiani e inserire clausole specifiche negli accordi di libero scambio. Una rete di studi legali specializzati può aiutare le imprese a proteggere i propri diritti sui mercati esteri. Le aziende possono anche partecipare alle fiere internazionali e comunicare chiaramente l'origine dei loro prodotti. In questo modo presentano direttamente la qualità e la tradizione italiane.

Tuttavia, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. Occorrono campagne d'informazione e attività educative per spiegare ai consumatori come riconoscere i prodotti autentici e perché sceglierli. Raccontare la storia, la qualità e il lavoro dei produttori aiuta a costruire fiducia. In conclusione, per proteggere il made in Italy bisogna unire leggi efficaci, informazione e promozione. Così le imprese difendono le vendite e la reputazione, mentre i consumatori possono fare scelte più consapevoli.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon, car elle nuit non seulement aux ventes, mais aussi à l'image du pays. L'expression « italian sounding » désigne des produits étrangers présentés avec des noms, des emballages ou des images qui évoquent l'Italie, sans être authentiques. Le consommateur peut être trompé et payer pour un produit qui n'offre pas la même origine ni la même qualité.

Le phénomène concerne de nombreux aliments : huile, jambon, fromages et pâtes. Les imitations sont souvent vendues beaucoup moins cher. Selon l'article, les réductions peuvent atteindre 80 % pour certains produits. De plus, les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver et les imitations occupent de la place dans les magasins, parfois à côté des originaux. Les entreprises italiennes perdent ainsi des clients, des revenus et des possibilités d'exporter. L'article estime à 54 milliards d'euros les pertes mondiales liées à l'italian sounding ; le chiffre atteint 60 milliards si l'on inclut la contrefaçon au sens strict. Le préjudice touche aussi la réputation : si le public confond l'original et la copie, il peut douter de la qualité du made in Italy.

Pour se défendre, les entreprises et les institutions doivent collaborer. Il est important de renforcer les règles qui protègent les produits italiens et d'insérer des clauses spécifiques dans les accords de libre-échange. Un réseau de cabinets juridiques spécialisés peut aider les entreprises à protéger leurs droits sur les marchés étrangers.

Elles peuvent aussi participer aux salons internationaux et communiquer clairement l'origine de leurs produits. Elles présentent ainsi directement la qualité et la tradition italiennes.

Cependant, la lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Des campagnes d'information et des activités éducatives sont nécessaires pour expliquer aux consommateurs comment reconnaître les produits authentiques et pourquoi les choisir. Raconter l'histoire, la qualité et le travail des producteurs aide à créer la confiance. En conclusion, pour protéger le made in Italy, il faut associer des lois efficaces, l'information et la promotion. Les entreprises défendent ainsi leurs ventes et leur réputation, tandis que les consommateurs peuvent faire des choix plus éclairés.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* signifie « lutter contre », *tutelare* signifie « protéger » et *perdere ricavi* signifie « perdre des revenus ». *Devono* exprime l'obligation. Le présent sert à présenter les faits et les solutions ; *può* signifie « peut ».

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le aziende devono proteggere il made in Italy con norme efficaci, informazione ai consumatori e promozione della qualità e dell'origine autentica dei prodotti.

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. Elle constate que la facture inverse les quantités d’huile vierge et d’huile extra vierge par rapport à la commande et doit demander une facture modifiée.

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale avec les formules d’usage, au nom de l’épicerie génoise Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048. Remercier le fournisseur pour la bonne réception de la commande et signaler l’erreur de facturation. 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 €, tandis que la facture indique 50 litres d’huile extra vierge et 100 litres d’huile vierge. Demander une modification de la facture.

Modello in italiano
Il genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100 Genova
All’Oleificio Toscano Morettini
Via 25 aprile 121, 52048 Monte San Savino (AR)
Oggetto: rettifica della fattura

Gentili Signori,
Vi ringraziamo per la corretta consegna del nostro ordine. Tuttavia, abbiamo rilevato un errore nella fattura. Abbiamo ordinato 50 litri di olio vergine a 9,50 euro al litro e 100 litri di olio extravergine a 10,50 euro al litro. In fattura, le quantità dei due prodotti risultano invertite. Vi chiediamo cortesemente di rettificarla 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 conforme de notre commande. La facture inverse les quantités des deux huiles. Merci de la rectifier et de nous envoyer une copie corrigée. Dans l’attente de votre réponse, veuillez recevoir nos salutations distinguées.

À retenir : *Vi chiediamo di* formule une demande polie ; *risultano invertite* signifie « sont inversées ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Vi chiediamo cortesemente di rettificare la fattura secondo le quantità ordinate e di inviarci una copia corretta.

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

Bilan de l'épreuve : L'épreuve de langue vivante étrangère, italien langue B, du BTS Commerce international se déroule en session 2017, sous le code CILVEB-ITA, en trois heures, avec un coefficient 2. Elle comprend trois parties notées chacune sur 20 : compréhension, expression écrite et lettre commerciale. Le thème est l'italian sounding et ses conséquences pour le made in Italy.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie pour vendre des produits qui ne sont pas d'origine italienne.
- Les imitations peuvent détourner les ventes, limiter les exportations et nuire à l'image des producteurs italiens.
- La lutte contre l'italian sounding peut mobiliser des mesures juridiques, des accords commerciaux, des salons et des campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale précise l'écart entre la commande et la facture, puis demande explicitement une facture corrigée.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue de chaque partie : français pour le compte rendu, italien pour l'expression et la lettre.
- Viser 155 mots pour le compte rendu et 300 mots pour l'expression, en respectant la tolérance de plus ou moins 10 %.
- Reprendre sans erreur les noms, adresses, quantités, catégories d'huile et prix fournis dans la consigne.
- Présenter une lettre structurée, avec des formules d'usage et une demande claire de modification de la facture.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Repérez les idées essentielles, puis reformulez-les en français sans ajouter d'opinion personnelle. Présentez la nature de l'italian sounding, ses conséquences économiques et pour l'image, puis les principales pistes de lutte, en respectant la longueur demandée.

Q : Que signifie l'italian sounding dans ce sujet ?

C'est l'évocation de l'Italie par le nom, l'apparence ou la présentation de produits qui ne sont pas italiens. Le phénomène concerne notamment les produits alimentaires et peut concurrencer les produits authentiques tout en affaiblissant leur réputation.

Q : Combien de points vaut chaque partie et comment gérer le temps ?

Les trois parties sont chacune notées sur 20 points, pour une épreuve de trois heures. Répartissez le temps entre le compte rendu, l'expression et la lettre commerciale, puis gardez quelques minutes pour vérifier la langue, la longueur et les consignes.

Q : Quels éléments vérifier dans la lettre commerciale ?

Vérifiez les coordonnées des deux entreprises, les deux catégories d'huile, les volumes et les prix commandés, puis l'inversion indiquée sur la facture. La lettre doit remercier le fournisseur, signaler l'erreur et demander une facture modifiée avec des formules d'usage.

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

Ressources BTS Industries Céramiques : 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.