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 MÉTIERS DES SERVICES À L • CORRIGÉ DÉTAILLÉ

BTS MSE

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. **Compréhension de l’italian sounding et de ses effets sur le made in Italy** (1 question) — **Page 3**
2. **Argumentation sur la lutte contre la contrefaçon** (1 question) — **Page 4**
3. **Lettre commerciale signalant une erreur de facturation** (1 question) — **Page 6**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 7**

Sujet officiel (PDF) : https://btsmse.fr/assets/annales/bts-mse/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MSE - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. Compréhension de l’italian sounding et de ses effets sur le made in Italy

L’article de Luca Orlando, publié dans Il Sole24ore le 29 novembre 2016, décrit l’italian sounding, qui évoque l’Italie pour des produits sans lien avec le pays. Il présente les effets de ces imitations sur les prix, l’accès aux produits authentiques, les exportations et la réputation des entreprises italiennes.

Compréhension

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 en 2016, Luca Orlando dénonce l’« italian sounding », qui consiste à donner une apparence italienne à des aliments sans lien avec l’Italie. Cette pratique touche de nombreux secteurs, notamment l’huile, les charcuteries, les pâtes et les produits laitiers. Les imitations sont parfois vendues jusqu’à 70 % moins cher que les produits authentiques, difficiles à trouver en Amérique du Nord. Les rabais atteignent aussi 80 % pour certains produits et varient de 22 % à 54 % pour les pâtes. Le phénomène prive les producteurs italiens de débouchés et limite leurs exportations. À l’échelle mondiale, les pertes représentent 54 milliards d’euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon stricte. Selon Giandomenico Auricchio, éliminer ces imitations pourrait augmenter de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes, presque les doubler. Mais le préjudice touche aussi l’image et la réputation du pays. Pour lutter contre ce phénomène, l’article préconise de renforcer les protections juridiques, d’intégrer des clauses aux accords commerciaux et de soutenir des actions éducatives et informatives valorisant la qualité du made in Italy.

✓ RÉPONSE À RETENIR

L’italian sounding réduit les débouchés et les exportations italiennes, tout en portant atteinte à l’image du pays. L’article propose des mesures juridiques et des actions d’information et d’éducation.

2. Argumentation sur la lutte contre la contrefaçon

À partir du thème de l'italian sounding et de la contrefaçon présenté dans l'article, le candidat doit construire une réponse argumentée en italien. Il explique pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et quels moyens elles peuvent employer.

Expression

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 %.

Produzione modello in italiano (circa 300 parole)

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'italian sounding perché questi fenomeni danneggiano l'economia e l'immagine del paese. L'italian sounding consiste nel vendere prodotti stranieri con nomi, confezioni o immagini che fanno pensare all'Italia, anche se non sono prodotti italiani. Per esempio, alcuni alimenti imitano l'olio, i formaggi, il prosciutto o la pasta.

Il primo problema è la perdita di clienti e di spazio nei negozi. I prodotti imitati costano spesso molto meno: nel testo, gli sconti arrivano al 50%, al 75% e persino all'80%. Il consumatore può scegliere un'imitazione credendo di acquistare un prodotto italiano. Le aziende autentiche perdono così vendite e possibilità di esportare. Secondo l'articolo, il settore alimentare italiano perde 54 miliardi di euro a causa dell'italian sounding; la cifra sale a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Inoltre, le imitazioni possono confondere i clienti e danneggiare la reputazione del Made in Italy. Il problema riguarda quindi sia i guadagni delle imprese sia la fiducia del pubblico.

Per combattere questo fenomeno, le imprese e le istituzioni devono agire insieme. Occorre rafforzare le leggi che proteggono i prodotti e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali. È utile creare una rete di esperti legali e partecipare a fiere internazionali, per presentare i prodotti autentici. Le aziende possono anche informare meglio i consumatori con etichette chiare, campagne e spiegazioni sull'origine e sulla qualità dei prodotti. In questo modo, il pubblico può riconoscere più facilmente gli originali.

A mio parere, la sola azione nei tribunali non basta. La cultura e l'educazione sono fondamentali: i clienti devono capire il valore della qualità, della tradizione e dell'origine. Anche il Governo deve sostenere iniziative di informazione. Così le aziende possono proteggere i propri marchi, aumentare le esportazioni e conservare la fiducia dei clienti.

Traduction pédagogique en français

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. L'italian sounding consiste à vendre des produits étrangers avec des noms, des emballages ou des images qui évoquent l'Italie, même s'ils ne sont pas fabriqués en Italie. Par exemple, certains aliments imitent l'huile, les fromages, le jambon ou les pâtes.

Le premier problème est la perte de clients et de place dans les magasins. Les produits imités coûtent souvent beaucoup moins cher : dans le texte, les réductions atteignent 50 %, 75 % et même 80 %. Le consommateur peut choisir une imitation en croyant acheter un produit italien. Les entreprises authentiques perdent ainsi des ventes et des possibilités d'exporter. Selon l'article, le secteur alimentaire italien perd 54 milliards d'euros à cause de l'italian sounding ; le chiffre atteint 60 milliards en tenant compte aussi de la contrefaçon au sens strict. En outre, les imitations peuvent induire les clients en erreur et nuire à la réputation du Made in Italy. Le problème concerne donc à la fois les revenus des entreprises et la confiance du public.

Pour lutter contre ce phénomène, les entreprises et les institutions doivent agir ensemble. Il faut renforcer les lois qui protègent les produits et insérer des clauses de protection dans les accords commerciaux. Il est utile de créer un réseau d'experts juridiques et de participer à des salons internationaux pour présenter les produits authentiques. Les entreprises peuvent aussi mieux informer les consommateurs avec des étiquettes claires, des campagnes et des explications sur l'origine et la qualité des produits. Ainsi, le public peut reconnaître plus facilement les produits originaux.

À mon avis, la seule action en justice ne suffit pas. La culture et l'éducation sont essentielles : les clients doivent comprendre la valeur de la qualité, de la tradition et de l'origine. Le gouvernement doit également soutenir des initiatives d'information. Ainsi, les entreprises peuvent protéger leurs marques, augmenter leurs exportations et conserver la confiance des clients.

Vocabulaire et grammaire utiles : *danneggiare* signifie « nuire à » ; *perdere vendite*, « perdre des ventes » ; *occorre* + *infinitif* exprime la nécessité ; *devono* + *infinitif* exprime l'obligation ; *anche se* signifie « même si ».

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le aziende devono tutelare vendite e reputazione con leggi efficaci, informazione ai consumatori e promozione della qualità e dell'origine autentica.

3. Lettre commerciale signalant une erreur de facturation

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno remercie son fournisseur toscan, Oleificio Toscano Morettini, pour la réception de sa commande d'huile d'olive. Elle constate que les quantités d'huile vierge et d'huile extra vierge sont inversées sur la facture et demande une modification.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre avec les formules d'usage. L'épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, remercie Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048, pour la réception de sa commande. Signaler l'erreur de facturation : la commande portait sur 50 litres d'huile d'olive vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile d'olive extra vierge à 10,50 €, alors que la facture indique 50 litres d'huile extra vierge et 100 litres d'huile vierge. Demander la modification de la facture.

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)
Oggetto: rettifica della fattura

Spett.le Oleificio,
Vi ringraziamo per la consegna. La nostra commessa prevedeva 50 litri di olio vergine a 9,50 € al litro e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €. La fattura riporta invece 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di rettificarla e di inviarci la fattura corretta. Distinti saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction

Nous vous remercions pour la livraison. Notre commande prévoyait 50 litres d'huile vierge à 9,50 € le litre et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 €. La facture indique au contraire les produits inversés. Nous vous prions de la rectifier et de nous envoyer la facture corrigée. Cordialement.

Vocabulaire et grammaire : *la commessa* signifie « la commande » ; *Vi preghiamo di* introduit une demande polie suivie de l'infinitif.

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

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

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve d'italien langue B du BTS Commerce International, session 2017, porte le code CILVEB-ITA. D'une durée de trois heures et de coefficient 2, elle s'appuie sur un article consacré à l'italian sounding et au made in Italy. Elle évalue la compréhension écrite, l'argumentation en italien et la rédaction d'une lettre commerciale.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie par des noms ou des présentations de produits sans lien nécessaire avec leur origine italienne.
- Les imitations peuvent réduire les parts de marché et les exportations des producteurs italiens, et nuire à leur image et à leur réputation.
- Le texte propose des réponses juridiques, commerciales et éducatives pour limiter le phénomène et valoriser le made in Italy.
- Dans une lettre commerciale, distinguer clairement le produit, sa qualité, la quantité et le prix commandés des éléments portés sur la facture.

Points de vigilance & attentes du jury

- Rédiger le compte rendu en français et respecter la longueur de 155 mots avec une tolérance de 10 %.
- Répondre en italien à la question d'expression et viser 300 mots avec une tolérance de 10 %.
- Dans la lettre, reprendre exactement les adresses, les quantités, les qualités et les prix des deux huiles.
- Expliquer clairement l'inversion sur la facture et demander sa modification avec les formules d'usage.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment respecter la longueur demandée pour le compte rendu et l'expression ?

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

Q : Que signifie l'italian sounding dans le texte ?

C'est l'évocation de l'italianité par des produits qui n'ont pas de lien réel avec l'Italie. Le texte explique que ces imitations concurrencent les produits authentiques et peuvent nuire aux exportations et à la réputation des entreprises italiennes.

Q : Combien de temps dure l'épreuve et comment les parties sont-elles notées ?

L'épreuve dure trois heures et son coefficient est 2. Le sujet attribue 20 points à chacune des trois parties : compréhension, expression et lettre commerciale.

Q : Quels éléments ne faut-il pas oublier dans la lettre commerciale ?

Il faut remercier le fournisseur, rappeler les quantités, les qualités et les prix reçus conformément à la commande, identifier l'inversion sur la facture et demander sa modification, en employant les formules d'usage.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmse.fr/assets/annales/bts-mse/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MSE - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Métiers des Services à l : 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.