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 MEC

# 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 sur l'italian sounding** (1 question) **Page 3**

**2. Les raisons et les moyens de lutter contre la contrefaçon** (1 question) **Page 4**

**3. Signalement d'une erreur de facturation et demande de rectification** (1 question) **Page 6**

**4. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) **Page 7**


**Sujet officiel (PDF) :** https://btsmec.fr/assets/annales/bts-mec/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MEC - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

## 1. Compte rendu en français sur l'italian sounding

Le support est un article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore le 29 novembre 2016, sur l'italian sounding appliqué aux produits alimentaires. Il expose les conséquences pour les producteurs italiens, leurs exportations et l'image du made in Italy, ainsi que plusieurs pistes 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 %.**

Luca Orlando, dans *Il Sole 24 Ore* du 29 novembre 2016, dénonce l'« italian sounding », qui donne une apparence italienne à des produits étrangers. Ce phénomène touche presque tous les secteurs et pénalise le made in Italy : les pertes mondiales atteignent 54 milliards d'euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon. En Amérique du Nord, huiles, charcuteries, fromages et pâtes imités coûtent moins cher. Les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver et côtoient les copies en magasin. Les producteurs italiens perdent ainsi des parts de marché et des possibilités d'exportation. Selon Giandomenico Auricchio, supprimer ces imitations pourrait accroître de 20 milliards d'euros les exportations alimentaires italiennes. Pour combattre le phénomène, le texte propose de renforcer les protections juridiques, d'ajouter des clauses aux accords commerciaux, de soutenir des juristes spécialisés, d'accroître la présence dans les salons et de mener des campagnes d'information. Auricchio souligne enfin que le dommage le plus grave concerne l'image et la réputation des entreprises. Il préconise l'éducation et une communication cohérente avec la qualité du made in Italy.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> L'italian sounding réduit les débouchés des producteurs italiens et nuit à leur réputation. Le texte préconise des mesures juridiques, commerciales et éducatives.

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

Le candidat doit développer en italien une réponse argumentée sur la lutte des entreprises italiennes contre la contrefaçon. Le thème s'inscrit dans le prolongement de l'article sur les imitations de produits alimentaires italiens et leurs effets commerciaux et réputationnels.

**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 in italiano, circa 300 parole**

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione perché danneggia l'economia e l'immagine del Paese. Un prodotto contraffatto o un'imitazione che sembra italiana può attirare il cliente con un prezzo più basso, ma sottrae vendite alle imprese che producono davvero in Italia. Di conseguenza, le aziende perdono fatturato, investimenti e posti di lavoro. Inoltre, se il prodotto è di qualità scadente, il consumatore può attribuirne la responsabilità al produttore italiano: la reputazione del Made in Italy ne risente. Secondo l'articolo, il fenomeno costa 54 miliardi di euro, cifra che arriva a 60 considerando la contraffazione in senso stretto. La concorrenza basata sull'inganno, infine, limita anche le esportazioni. Proteggere i prodotti autentici significa quindi difendere le imprese, i lavoratori e i consumatori.

La lotta deve combinare misure concrete. Prima di tutto, le aziende devono registrare i marchi e le indicazioni geografiche nei Paesi in cui vendono, controllare i mercati e segnalare le imitazioni alle autorità competenti. Possono collaborare con avvocati specializzati, associazioni di categoria, dogane e distributori affidabili. Etichette chiare, codici di tracciabilità e informazioni sull'origine aiutano i clienti a verificare l'autenticità. Anche gli accordi commerciali internazionali devono prevedere clausole che tutelino i prodotti italiani e facilitino la rimozione delle copie dai negozi e dalle piattaforme online.

Tuttavia, non basta ricorrere ai tribunali. Le imprese devono anche comunicare meglio il valore della qualità italiana: possono partecipare a fiere, organizzare campagne informative e raccontare la storia dei loro prodotti. Le scuole, i media e le istituzioni possono educare i consumatori a leggere le etichette e a scegliere consapevolmente. Infine, le aziende devono continuare a innovare e mantenere standard elevati. Se i consumatori riconoscono l'autenticità e la qualità, saranno più disposti a pagare un prezzo giusto. In questo modo, la tutela legale e l'educazione possono sostenersi a vicenda. Difendere il Made in Italy non significa rifiutare ogni concorrenza: significa garantire una concorrenza trasparente, basata sulla qualità e sul rispetto dell'origine.

**Traduction française pédagogique**

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon, car elle nuit à l'économie et à l'image du pays. Un produit contrefait ou une imitation qui semble italienne peut attirer le client avec un prix plus bas, mais enlève des ventes aux entreprises qui produisent réellement en Italie. Par conséquent, les entreprises perdent du chiffre d'affaires, des investissements et des emplois. De plus, si le produit est de qualité médiocre, le consommateur peut en attribuer la responsabilité au producteur italien : la réputation du Made in Italy en souffre. Selon l'article, le phénomène coûte 54 milliards d'euros, un montant qui atteint 60 milliards si l'on inclut la contrefaçon au sens strict. Enfin, la concurrence fondée sur la tromperie limite aussi les exportations. Protéger les produits authentiques, c'est donc défendre les entreprises, les travailleurs et les consommateurs.

La lutte doit associer des mesures concrètes. Tout d'abord, les entreprises doivent enregistrer leurs marques et leurs indications géographiques dans les pays où elles vendent, surveiller les marchés et signaler les imitations aux autorités compétentes. Elles peuvent collaborer avec des avocats spécialisés, des organisations professionnelles, les douanes et des distributeurs fiables. Des étiquettes claires, des codes de traçabilité et des

informations sur l'origine aident les clients à vérifier l'authenticité. Les accords commerciaux internationaux doivent aussi prévoir des clauses qui protègent les produits italiens et facilitent le retrait des copies des magasins et des plateformes en ligne.

Cependant, recourir aux tribunaux ne suffit pas. Les entreprises doivent aussi mieux communiquer la valeur de la qualité italienne : elles peuvent participer à des salons, organiser des campagnes d'information et raconter l'histoire de leurs produits. Les écoles, les médias et les institutions peuvent apprendre aux consommateurs à lire les étiquettes et à choisir en connaissance de cause. Enfin, les entreprises doivent continuer à innover et à maintenir des normes élevées. Si les consommateurs reconnaissent l'authenticité et la qualité, ils seront plus disposés à payer un juste prix. Ainsi, la protection juridique et l'éducation peuvent se renforcer mutuellement. Défendre le Made in Italy ne signifie pas refuser toute concurrence : cela signifie garantir une concurrence transparente, fondée sur la qualité et le respect de l'origine.

**Vocabulaire et grammaire utiles :** *lottare contro* signifie « lutter contre » ; *perdere fatturato*, « perdre du chiffre d'affaires » ; *devono* exprime l'obligation. Après *perché*, le verbe est conjugué. Les connecteurs *inoltre*, *tuttavia* et *di conseguenza* structurent l'argumentation.

**✓ RÉPONSE À RETENIR**

La contraffazione danneggia vendite, occupazione e reputazione. Le aziende devono difendere i prodotti autentici con misure legali, tracciabilità, informazione ed educazione dei consumatori.

## 3. Signalement d'une erreur de facturation et demande de rectification

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. Celle-ci inverse les quantités d'huile vierge et d'huile extra vierge, alors que les quantités et prix commandés sont précisés dans le sujet.

**Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale avec les formules d'usage. L'épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, remercie le fournisseur Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048, pour la réception de la commande. Signaler l'erreur de facturation et demander une facture modifiée : 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 €, mais la facture indique les quantités inversées.**

**Lettera modello**
Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100 Genova
Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, 52048 Monte San Savino (AR)
*Oggetto: richiesta di rettifica della fattura*

Gentili Signori,
vi ringraziamo per aver evaso correttamente il nostro ordine. Dopo aver controllato la fattura, abbiamo constatato un errore: abbiamo ordinato 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €. La fattura indica invece 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di inviarci una fattura rettificata.
Cordiali saluti,
Il genovino di Pagno

**Traduction française**
Madame, Monsieur, nous vous remercions d’avoir correctement exécuté notre commande. La facture comporte une erreur : les quantités d’huile vierge et extra vierge y sont inversées. Merci de nous envoyer une facture rectifiée. Cordialement.

**Vocabulaire et grammaire** : *fattura rettificata* signifie « facture rectifiée » ; *vi preghiamo di* suivi de l’infinitif exprime une demande polie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Lettre formelle signalant l’inversion des huiles sur la facture et demandant une facture rectifiée conforme à la commande.

# 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 : durée de 3 heures, coefficient 2. Elle évalue la compréhension écrite, l'expression argumentée en italien et la rédaction commerciale à partir du thème de l'italian sounding, de ses effets sur le made in Italy et des moyens de le combattre.

### Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque une origine italienne pour des produits qui n'ont pas de lien avec l'Italie.
- Les imitations alimentaires concurrencent les produits authentiques et limitent les débouchés des producteurs italiens.
- Les réponses au phénomène comprennent la protection juridique, les clauses commerciales, les salons et l'information des consommateurs.
- Une réclamation commerciale précise l'écart entre commande et facture et demande explicitement une rectification.

### Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le compte rendu, restituer les idées essentielles du texte en français sans ajouter d'opinion personnelle.
- Respecter les longueurs demandées : 155 mots pour le compte rendu et 300 mots pour l'expression, avec une marge de 10 %.
- Dans la lettre, distinguer l'huile vierge de l'huile extra vierge et associer correctement chaque produit à son volume et à son prix.
- Utiliser l'italien et des formules adaptées dans la réponse argumentée comme dans la lettre commerciale.

## Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

**Q : Comment organiser le compte rendu du texte ?**

Repérez la définition de l'italian sounding, ses conséquences sur les producteurs, les exportations et l'image du made in Italy, puis les solutions mentionnées. Présentez ces éléments essentiels en français, fidèlement et sans commentaire personnel, en respectant la longueur demandée.

**Q : Que faut-il expliquer dans la réponse sur la contrefaçon ?**

Expliquez pourquoi les entreprises italiennes doivent combattre les imitations, notamment pour défendre leurs ventes, leurs exportations et leur réputation. Présentez ensuite des moyens d'action pertinents dans une réponse argumentée en italien d'environ 300 mots.

**Q : Quel barème et quelles longueurs sont indiqués ?**

Chacune des trois parties est notée sur 20 points. Le compte rendu doit compter 155 mots, avec une marge de 10 %, et l'expression 300 mots avec la même marge. Aucune longueur n'est indiquée pour la lettre commerciale.

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

Indiquez les coordonnées des deux entreprises, remerciez le fournisseur, puis expliquez l'inversion des quantités sur la facture. Rappelez les variétés, volumes et prix de la commande et demandez clairement une facture modifiée avec les formules d'usage.

**Sujet officiel associé (PDF) :** https://btsmec.fr/assets/annales/bts-mec/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MEC - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

**Ressources BTS Management Économique de la Construction :** 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.