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 ABM

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. L’italian sounding et ses conséquences pour le made in Italy (1 question) **Page 3**

2. Pourquoi et comment les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon (1 question) **Page 4**

3. Demande de correction 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://btsabm.fr/assets/annales/bts-abm/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS ABM - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

1. L’italian sounding et ses conséquences pour le made in Italy

Un article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore, décrit l’imitation de produits alimentaires italiens, notamment sur les marchés nord-américains. Il expose les effets économiques et réputationnels du phénomène ainsi que plusieurs pistes pour le combattre.

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 cet article, Luca Orlando décrit l’« italian sounding », pratique consistant à donner une apparence italienne à des aliments fabriqués ailleurs. Elle concerne de nombreux secteurs, notamment l’huile, les charcuteries, les pâtes, les produits laitiers et les sauces. En Amérique du Nord, ces imitations sont souvent beaucoup moins chères que les produits authentiques ; les réductions peuvent atteindre 80 %. Les produits laitiers authentiques sont parfois difficiles à trouver, tandis que certains distributeurs vendent les deux catégories. Le phénomène prive les producteurs italiens de parts de marché et freine leurs exportations. Le manque à gagner mondial est estimé à 54 milliards d’euros, voire 60 milliards en incluant la contrefaçon stricte. Selon Giandomenico Auricchio, les imitations nuisent aussi à l’image et à la réputation du made in Italy, bien qu’elles révèlent son attractivité. Leur disparition pourrait augmenter de 20 milliards d’euros les exportations alimentaires italiennes, presque les doubler. Pour agir, l’article propose de renforcer les protections juridiques, d’intégrer des clauses aux accords commerciaux et de développer salons et campagnes d’information. Auricchio privilégie enfin la culture et l’éducation pour faire connaître la qualité italienne.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> L’italian sounding réduit les exportations et nuit à la réputation des produits italiens. L’article préconise des protections juridiques, des campagnes d’information et une action par la culture et l’éducation.

2. Pourquoi et comment les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon

L'article porte sur l'italian sounding et ses effets sur les entreprises du secteur alimentaire italien. Le candidat doit développer en italien les raisons de lutter contre la contrefaçon 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 rédigeant environ 300 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Testo modello in italiano

Le aziende italiane devono lottare contro l'italian sounding e la contraffazione perché questi fenomeni danneggiano le vendite, le esportazioni e l'immagine del made in Italy. L'italian sounding consiste nell'evocare l'italianità con nomi o confezioni, anche quando il prodotto non ha un vero legame con l'Italia. Il consumatore può quindi confondere un'imitazione con un prodotto autentico.

Le imitazioni sono spesso vendute a prezzi molto più bassi e occupano spazio nei negozi. Per esempio, secondo l'articolo, alcuni formaggi imitati sono scontati fino all'80% e la pasta secca costa dal 22% al 54% in meno delle marche italiane. I produttori autentici perdono così clienti e possibilità di esportare. A livello globale, il settore alimentare italiano rinuncia a 54 miliardi di euro a causa dell'italian sounding, e a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Il danno riguarda inoltre la reputazione: se i consumatori non riconoscono la qualità e l'origine dei prodotti, rischiano di perdere fiducia nel made in Italy. Secondo il presidente di Assocamere Estero, eliminare il fenomeno potrebbe far aumentare di 20 miliardi di euro l'export alimentare italiano.

Per proteggersi, le imprese e le istituzioni devono collaborare. Occorre rafforzare le norme di tutela, inserire clausole di protezione negli accordi di libero scambio e creare una rete di studi legali specializzati, anche con un contributo pubblico. Le aziende possono inoltre partecipare alle fiere internazionali e presentare direttamente i loro prodotti e la loro origine.

Ma la legge non basta. Bisogna informare ed educare i consumatori con campagne chiare e raccontare la storia, la qualità e il valore dei prodotti italiani. In questo modo, i clienti possono distinguere l'autentico dall'imitazione. Difendere il made in Italy significa quindi tutelare le imprese, sostenere le esportazioni e preservare la fiducia dei consumatori.

Traduction française pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre l'italian sounding et la contrefaçon, car ces phénomènes nuisent aux ventes, aux exportations et à l'image du made in Italy. L'italian sounding consiste à évoquer l'italianité par des noms ou des emballages, même lorsque le produit n'a pas de véritable lien avec l'Italie. Le consommateur peut ainsi confondre une imitation avec un produit authentique.

Les imitations sont souvent vendues à des prix beaucoup plus bas et occupent de la place dans les magasins. Par exemple, selon l'article, certains fromages imités sont soldés jusqu'à 80 % et les pâtes sèches coûtent de 22 % à 54 % moins cher que les marques italiennes. Les producteurs authentiques perdent ainsi des clients et des possibilités d'exporter. À l'échelle mondiale, le secteur alimentaire italien renonce à 54 milliards d'euros à cause de l'italian sounding, et à 60 milliards en comptant aussi la contrefaçon au sens strict. Le préjudice concerne également la réputation : si les consommateurs ne reconnaissent pas la qualité et l'origine des produits, ils risquent de perdre confiance dans le made in Italy. Selon le président d'Assocamere Estero, éliminer le phénomène pourrait faire augmenter de 20 milliards d'euros les exportations alimentaires italiennes.

Pour se protéger, les entreprises et les institutions doivent collaborer. Il faut renforcer les règles de protection, intégrer des clauses de protection dans les accords de libre-échange et créer un réseau de cabinets juridiques spécialisés, avec éventuellement une contribution publique. Les entreprises peuvent aussi participer aux salons internationaux et présenter directement leurs produits et leur origine.

Mais la loi ne suffit pas. Il faut informer et éduquer les consommateurs par des campagnes claires et raconter l'histoire, la qualité et la valeur des produits italiens. Ainsi, les clients peuvent distinguer l'authentique de l'imitation. Défendre le made in Italy signifie donc protéger les entreprises, soutenir les exportations et préserver la confiance des consommateurs.

Vocabulaire et grammaire : *lottare contro* = lutter contre ; *evocare* = évoquer ; *rafforzare* = renforcer ; *tutelare* = protéger. *Devono* + *infinitif* exprime l'obligation. *Se* + *présent, rischiano di* + *infinitif* exprime une conséquence possible.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le aziende devono proteggere i prodotti autentici con norme efficaci, promuoverne l'origine e informare i consumatori sulla qualità del made in Italy.

3. Demande de correction d’une facture d’huile d’olive

L’épicerie génoise Il genovino di Pagno a reçu sa commande de son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini et le remercie pour sa bonne réception. Elle constate toutefois que les quantités d’huile vierge et extra vierge sont inversées sur la facture et demande sa modification.

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale au fournisseur Oleificio Toscano Morettini (via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048), au nom de l’épicerie Il genovino di Pagno (via di Sottoripa 19, 16100). Remercier le fournisseur pour la bonne réception de la commande, signaler l’erreur et demander une facture modifiée. La commande comprend 50 litres d’huile d’olive vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €, mais la facture indique les quantités inverses. Employer les formules d’usage.

Lettera in italiano

Il genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100

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 evasione del nostro ordine. Dopo aver verificato la fattura, abbiamo constatato un’inversione: abbiamo ordinato e ricevuto 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €, mentre la fattura riporta 50 litri di extravergine e 100 litri di vergine. Vi preghiamo di inviarci una fattura rettificata.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions d’avoir exécuté notre commande. La facture inverse les quantités : nous avons commandé et reçu 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra-vierge à 10,50 €. Merci de nous envoyer une facture rectifiée. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *rettifica* = rectification ; *fattura rettificata* = facture rectifiée ; *abbiamo ricevuto* est un passé composé. *Vi preghiamo di* introduit une demande polie.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Demande formelle de facture rectifiée, précisant les quantités, les qualités et les prix réellement commandés et reçus.

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

Bilan de l'épreuve : L'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 propose un article sur l'italian sounding et le made in Italy. Les trois parties, notées chacune sur 20, évaluent la compréhension écrite, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie pour commercialiser des produits qui ne sont pas d'origine italienne.
- Les imitations réduisent les débouchés et les capacités d'exportation des entreprises italiennes.
- Les atteintes à l'image et à la réputation sont aussi des conséquences importantes de l'italian sounding.
- Les pistes de lutte incluent la protection juridique, les clauses dans les accords, les salons et les campagnes d'information.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le compte rendu, restituer les idées essentielles en français et respecter 155 mots à plus ou moins 10 %.
- Dans l'expression, traiter les deux aspects de la question en italien et viser environ 300 mots à plus ou moins 10 %.
- Dans la lettre, conserver exactement les quantités, les catégories d'huile, les prix et les coordonnées fournis.
- Signaler clairement l'inversion portée sur la facture et demander sa modification avec les formules d'usage.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment réussir le compte rendu de compréhension ?

Repérez la définition de l'italian sounding, ses effets sur les prix, l'exportation et la réputation, puis les solutions mentionnées. Rédigez en français une synthèse fidèle et organisée de 155 mots, avec une marge de plus ou moins 10 %.

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

En italien, expliquez pourquoi les imitations menacent les ventes, les exportations et l'image des entreprises, puis présentez des moyens de lutte. Vous pouvez vous appuyer sur les pistes évoquées dans l'article, comme la protection juridique et les campagnes d'information.

Q : Comment organiser le temps et les points entre les parties ?

L'épreuve dure trois heures et comporte trois parties notées chacune sur 20. Le sujet ne fixe pas de durée par partie : répartissez le temps entre les productions demandées et gardez une période pour relire vos textes.

Q : Quels éléments vérifier dans la lettre commerciale ?

Vérifiez les coordonnées, les 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et les 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 €. La lettre doit relever l'inversion sur la facture, demander sa modification, remercier le fournisseur et employer les formules d'usage.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsabm.fr/assets/annales/bts-abm/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS ABM - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Analyses de Biologie Médicale : 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.