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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS Bioqualité, veuillez visiter :
btsbioqualite.fr/annales-sujets-et-corriges

BTS BIOQUALITÉ • 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. **L’italian sounding et ses effets sur le made in Italy** (1 question) — **Page 3**
2. **La lutte des entreprises italiennes contre la contrefaçon** (1 question) — **Page 4**
3. **Demande de rectification d’une facture fournisseur** (1 question) — **Page 6**
4. **Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 7**

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

1. L’italian sounding et ses effets sur le made in Italy

Le support est un article de Luca Orlando, publié dans Il Sole 24 Ore le 29 novembre 2016, sur l’imitation de produits alimentaires italiens, notamment en Amérique du Nord. Il expose les effets commerciaux et réputationnels du phénomène, ainsi que des pistes pour le combattre.

Question I. Rédiger en français un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte. Longueur demandée : 155 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Dans cet article publié par Luca Orlando dans Il Sole 24 Ore en novembre 2016, l’« italian sounding » consiste à évoquer l’Italie par des marques sans que les produits soient italiens. Presque tous les secteurs alimentaires sont concernés : huile, charcuterie, pâtes et produits laitiers. En Amérique du Nord, les imitations coûtent moins cher que les originaux : à Los Angeles, l’huile est vendue 70 % moins cher. Ces produits prennent des places en rayon et limitent ventes et exportations des entreprises italiennes. Le manque à gagner atteint 54 milliards d’euros, ou 60 milliards avec la contrefaçon. Auricchio estime que la disparition du phénomène pourrait augmenter les exportations italiennes de 20 milliards d’euros. Il propose de renforcer la protection juridique, les accords commerciaux et la promotion des produits italiens. Mais le dommage le plus grave touche l’image et la réputation du pays. Il faut donc agir par la culture et l’éducation, en faisant connaître la qualité du made in Italy alimentaire.

Vocabulaire : « manque à gagner » signifie perte de revenus. « Pourrait augmenter » exprime une possibilité.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> L’italian sounding réduit les ventes et nuit à la réputation des produits italiens. La protection juridique, la promotion et l’éducation sont des pistes pour le combattre.

2. La lutte des entreprises italiennes contre la contrefaçon

La question porte sur les atteintes au marché et à l'image des produits italiens évoquées dans l'article consacré à l'italian sounding. Le candidat doit argumenter en italien sur les raisons de lutter contre la contrefaçon et sur 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? » Longueur demandée : 300 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Modello in italiano (circa 300 parole)

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'italian sounding perché questi fenomeni fanno perdere denaro e danneggiano l'immagine del made in Italy. All'estero, alcuni produttori vendono olio, formaggi o pasta con nomi e confezioni che ricordano l'Italia, anche se questi prodotti non sono italiani. Così i clienti possono confondere le imitazioni con i prodotti autentici.

Le imitazioni costano spesso meno degli originali. Nel testo, alcuni sconti arrivano fino all'80%. Per questo motivo, i prodotti italiani possono perdere clienti e spazio nei negozi. Le imprese hanno anche più difficoltà a esportare. Il problema non riguarda solo le vendite: può danneggiare la reputazione e la fiducia dei consumatori. Secondo l'articolo, il settore alimentare perde 54 miliardi di euro a causa dell'italian sounding; la cifra arriva a 60 miliardi se si considera anche la contraffazione in senso stretto. Auricchio afferma inoltre che, eliminando il fenomeno, l'export alimentare italiano potrebbe aumentare di 20 miliardi di euro.

Per difendersi, le aziende possono proteggere i loro marchi e collaborare con associazioni, avvocati specializzati e autorità. È utile anche rafforzare le leggi e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali internazionali. In questo modo, è più facile individuare le imitazioni e difendere i prodotti autentici.

La lotta, però, non deve svolgersi solo nei tribunali. Le imprese possono partecipare a fiere e organizzare campagne informative. Devono spiegare ai clienti l'origine dei prodotti, la loro qualità e i metodi di produzione. Così i consumatori possono riconoscere gli originali e scegliere con più consapevolezza. Aziende, istituzioni e distributori devono collaborare. Proteggere il made in Italy significa difendere le imprese, i posti di lavoro e una tradizione di qualità. La cultura e l'educazione sono quindi strumenti importanti.

Traduction pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'italian sounding, car ces phénomènes leur font perdre de l'argent et nuisent à l'image du made in Italy. À l'étranger, certains producteurs vendent de l'huile, des fromages ou des pâtes avec des noms et des emballages qui rappellent l'Italie, même si ces produits ne sont pas italiens. Les clients peuvent ainsi confondre les imitations et les produits authentiques.

Les imitations coûtent souvent moins cher que les produits originaux. Dans le texte, certaines réductions atteignent 80 %. Pour cette raison, les produits italiens peuvent perdre des clients et de la place dans les magasins. Les entreprises ont aussi plus de difficultés à exporter. Le problème ne concerne pas seulement les ventes : il peut nuire à la réputation et à la confiance des consommateurs. Selon l'article, le secteur alimentaire perd 54 milliards d'euros à cause de l'italian sounding ; le chiffre atteint 60 milliards si l'on prend aussi en compte la contrefaçon au sens strict. Auricchio affirme également que, si le phénomène disparaissait, les exportations alimentaires italiennes pourraient augmenter de 20 milliards d'euros.

Pour se défendre, les entreprises peuvent protéger leurs marques et collaborer avec des associations, des avocats spécialisés et les autorités. Il est également utile de renforcer les lois et d'intégrer des clauses de protection dans les accords commerciaux internationaux. Ainsi, il est plus facile de repérer les imitations et de défendre les produits authentiques.

La lutte ne doit cependant pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Les entreprises peuvent participer à des salons professionnels et organiser des campagnes d'information. Elles doivent expliquer aux clients l'origine des produits, leur qualité et leurs méthodes de production. Ainsi, les consommateurs peuvent reconnaître les produits originaux et choisir en connaissance de cause. Les entreprises, les institutions et les distributeurs doivent collaborer. Protéger le made in Italy signifie défendre les entreprises, les emplois et une tradition de qualité. La culture et l'éducation sont donc des outils importants.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* = lutter contre ; *perdere fiducia* = perdre confiance ; *per difendersi* = pour se défendre. *Devono proteggere* exprime l'obligation ; *possono collaborare* exprime la possibilité. Après *è utile*, on emploie l'infinitif : *è utile rafforzare*.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La contraffazione danneggia vendite, esportazioni e reputazione. Per contrastarla, le aziende devono proteggere i prodotti e informare i consumatori, collaborando con istituzioni e distributori.

3. Demande de rectification d’une facture fournisseur

L’épicerie génoise Il genovino di Pagno a reçu sa commande d’huile d’olive de son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini, mais constate une inversion des produits sur la facture. Elle doit signaler précisément l’écart entre commande et facture et demander une modification, en italien et avec les formules d’usage.

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

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: rettifica della fattura

Spett.le Oleificio Toscano Morettini,
Vi ringraziamo per la regolare consegna della nostra ordinazione. Dopo aver controllato la fattura, abbiamo rilevato un’inversione: l’ordine comprende 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €, mentre la fattura riporta le quantità opposte. Vi preghiamo di rettificarla e di inviarci il documento corretto.
In attesa di un vostro cortese riscontro, porgiamo distinti saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la bonne livraison de notre commande. La facture inverse les deux produits et leurs quantités. Nous vous prions de la rectifier et de nous envoyer le document corrigé. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

À retenir : *Vi preghiamo di* introduit une demande polie ; *rettificare* signifie « rectifier ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Demande de rectification de la facture selon les produits, quantités et prix de 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, d'une durée de 3 heures et de coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et le made in Italy, elle évalue la compréhension écrite en français, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale demandant la rectification d'une facture.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie par le nom ou l'apparence d'un produit sans que celui-ci soit nécessairement d'origine italienne.
- Les imitations peuvent détourner les ventes, réduire les débouchés à l'export et nuire à l'image et à la réputation des produits authentiques.
- La lutte contre les imitations peut associer protection juridique, clauses dans les accords commerciaux, salons et campagnes d'information.
- Dans une réclamation commerciale, distinguer précisément les quantités et références commandées de celles inscrites sur la facture.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, restituer les idées essentielles du texte en français et respecter les 155 mots demandés, avec la tolérance indiquée.
- Pour l'expression, traiter les deux aspects de la question en italien : les raisons de lutter contre la contrefaçon et les moyens d'action.
- Dans la lettre, reprendre les deux catégories d'huile, leurs quantités et leurs prix sans inverser commande et facture.
- Respecter la langue demandée et les conventions d'une lettre commerciale, notamment les formules d'usage.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Repérez les idées principales : l'ampleur et les exemples de l'italian sounding, ses conséquences commerciales et sur l'image, puis les solutions évoquées. Reformulez-les en français de façon cohérente et concise, en respectant la longueur demandée.

Q : Que faut-il développer dans la réponse d'expression en italien ?

Traitez les deux parties de la question : pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon, puis comment elles peuvent agir. Vous pouvez développer les enjeux économiques, l'exportation et la réputation des produits.

Q : Quelles longueurs et quels barèmes sont indiqués ?

La compréhension et l'expression demandent respectivement 155 mots et 300 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %. Chaque partie est notée sur 20 points. La lettre commerciale est également notée sur 20 points.

Q : Quels détails doivent apparaître dans la lettre commerciale ?

Indiquez les coordonnées des deux entreprises, remerciez le fournisseur, puis comparez exactement la commande et la facture : produits, quantités et prix. Demandez la modification de la facture et terminez par des formules d'usage adaptées.

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

Ressources BTS Bioqualité : 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.