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 CRCI

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 d'un article sur l'italian sounding** (1 question) — **Page 3**

2. **Argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon** (1 question) — **Page 4**

3. **Réclamation pour une erreur de facturation d'huile d'olive** (1 question) — **Page 7**

4. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) — **Page 8**

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

1. Compte rendu en français d'un article sur l'italian sounding

L'article de Luca Orlando décrit l'imitation de produits alimentaires italiens et ses conséquences pour le made in Italy, notamment en Amérique du Nord. Il présente les pertes et difficultés des producteurs, ainsi que des pistes de lutte, des protections juridiques à l'éducation des consommateurs.

Question I. Rédiger en français un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte « Ecco come l'italian sounding frena il made in Italy », en 155 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

L'article de Luca Orlando dénonce l'« italian sounding », procédé qui consiste à donner une apparence italienne à des produits alimentaires étrangers. Huiles, charcuteries, pâtes, fromages et autres aliments sont concernés. En Amérique du Nord, les imitations sont souvent vendues bien moins cher que les produits authentiques, avec des rabais pouvant atteindre 80 %. Leurs noms et emballages évoquent l'Italie. Elles réduisent les ventes et les débouchés des producteurs, tandis que les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver et proposés aux côtés des copies. Au Canada, certains grossistes commercialisent simultanément produits authentiques et imitations. À l'échelle mondiale, le manque à gagner atteint 54 milliards d'euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon. Giandomenico Auricchio estime que la disparition du phénomène pourrait accroître de 20 milliards les exportations alimentaires italiennes.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Les pistes de lutte comprennent le renforcement des lois, les clauses commerciales, les salons et les campagnes d'information. Auricchio juge l'atteinte à l'image particulièrement grave et privilégie la culture et l'éducation, avec le soutien des pouvoirs publics.

2. Argumentation en italien sur la lutte contre la contrefaçon

La consigne demande de réfléchir au rôle des entreprises italiennes face à la contrefaçon, dans la thématique du texte sur l'italian sounding. Le candidat doit développer en italien les raisons de lutter contre ce phénomène 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 300 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Le texte modèle ci-dessous répond aux deux volets de la question : pourquoi les entreprises doivent combattre la contrefaçon et quels moyens elles peuvent employer. Sa longueur est d’environ 315 mots, dans la fourchette demandée de 270 à 330 mots. La traduction française et les repères de vocabulaire et de grammaire sont proposés séparément pour l’apprentissage, hors consigne d’examen.

Texte modèle en italien	Traduction française pédagogique
Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione perché questo fenomeno danneggia l'economia, le imprese e i consumatori. L'italian sounding usa nomi, immagini e confezioni che ricordano l'Italia, ma vende prodotti che non hanno un'origine italiana. Il cliente può credere di comprare un prodotto autentico, mentre acquista un'imitazione. Questi prodotti costano spesso meno e attirano i consumatori, ma tolgono spazio sugli scaffali ai prodotti italiani. Per le aziende, ciò significa meno vendite, meno possibilità di esportare e talvolta meno posti di lavoro. Il danno non è soltanto economico: la reputazione del Made in Italy può essere compromessa. Se la qualità dell'imitazione è scarsa, il cliente può perdere fiducia anche nei prodotti originali. Il testo afferma che il fenomeno costa 54 miliardi di euro all'alimentare italiano, e 60 miliardi considerando la contraffazione in senso stretto. Secondo Giandomenico Auricchio, combatterlo potrebbe far crescere l'export alimentare di 20 miliardi. Le imprese devono quindi proteggere la propria qualità, i propri marchi e il lavoro dei produttori. Per prima cosa, possono registrare i marchi e le indicazioni geografiche, controllare i mercati e internet e raccogliere prove. Possono inoltre collaborare con avvocati, associazioni professionali e autorità. Quando è necessario, possono chiedere il ritiro dei prodotti falsi e usare gli strumenti legali disponibili. Anche il governo e l'Unione europea hanno un ruolo importante. Possono rafforzare le norme, sostenere gli studi legali specializzati e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali. Le aziende devono anche informare i distributori e aiutare i clienti a riconoscere i prodotti autentici. Le fiere, le etichette chiare e le campagne educative possono spiegare l'origine, la qualità e la storia dei prodotti. I consumatori possono leggere le etichette e scegliere con attenzione, non soltanto in base al prezzo. Infine, le imprese possono lavorare insieme e raccontare in modo coerente il legame fra i prodotti, il territorio e le tradizioni italiane.	Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon parce que ce phénomène nuit à l'économie, aux entreprises et aux consommateurs. L'*italian sounding* utilise des noms, des images et des emballages qui évoquent l'Italie, mais vend des produits qui ne sont pas d'origine italienne. Le client peut croire qu'il achète un produit authentique alors qu'il achète une imitation. Ces produits coûtent souvent moins cher et attirent les consommateurs, mais prennent de la place en rayon aux produits italiens. Pour les entreprises, cela signifie moins de ventes, moins de possibilités d'exporter et parfois moins d'emplois. Le préjudice n'est pas seulement économique : la réputation du Made in Italy peut être compromise. Si l'imitation est de mauvaise qualité, le client peut aussi perdre confiance dans les produits originaux. Le texte affirme que le phénomène coûte 54 milliards d'euros au secteur alimentaire italien, et 60 milliards si l'on inclut la contrefaçon au sens strict. Selon Giandomenico Auricchio, le combattre pourrait augmenter les exportations alimentaires de 20 milliards. Les entreprises doivent donc protéger leur qualité, leurs marques et le travail des producteurs. Elles peuvent d'abord enregistrer leurs marques et leurs indications géographiques, surveiller les marchés et internet et recueillir des preuves. Elles peuvent aussi collaborer avec des avocats, des associations professionnelles et les autorités. Si nécessaire, elles peuvent demander le retrait des faux produits et utiliser les moyens juridiques disponibles. Le gouvernement et l'Union européenne ont également un rôle important. Ils peuvent renforcer les règles, soutenir les cabinets juridiques spécialisés et inclure des clauses de protection dans les accords commerciaux. Les entreprises doivent aussi informer les distributeurs et aider les clients à reconnaître les produits authentiques. Les salons, les étiquettes claires et les campagnes éducatives peuvent expliquer l'origine, la qualité et l'histoire des produits. Les consommateurs peuvent lire les étiquettes et choisir avec attention, sans se fonder uniquement sur le prix. Enfin, les entreprises peuvent travailler ensemble et raconter de façon cohérente le lien entre les produits, le territoire et les traditions italiennes.

Vocabulaire : *contraffazione* = contrefaçon ; *togliere spazio* = prendre de la place ; *raccogliere prove* = recueillir des preuves ; *clausole di tutela* = clauses de protection.
Grammaire : *devono + infinitif* exprime l'obligation ; *possono + infinitif* exprime la possibilité ; *perché* introduit une cause ; *se* introduit une condition.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le imprese devono contrastare la contraffazione per difendere vendite, reputazione e qualità, con leggi, controlli, collaborazione e informazione.

3. Réclamation pour une erreur de facturation d'huile d'olive

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno remercie son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini pour la bonne réception de sa commande. Elle doit signaler une inversion des huiles vierge et extra vierge sur la facture et demander sa modification.

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 Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048, pour la réception de sa commande. Elle indique avoir reçu 50 litres d'huile d'olive vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile d'olive extra vierge à 10,50 €, conformément à sa commande. La facture indique à tort 50 litres d'huile extra vierge et 100 litres d'huile vierge. Demander la modification de la facture.

Modello in italiano
Il genovino di Pagno
Via di Sottoripa 19, 16100 Genova

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 consegna del nostro ordine. Abbiamo ricevuto 50 litri di olio d’oliva vergine a 9,50 € al litro e 100 litri di olio extra vergine d’oliva a 10,50 € al litro, come ordinato. Tuttavia, la fattura indica le quantità invertite: 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di modificarla e di inviarci la fattura corretta.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo distinti saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction pédagogique
Nous vous remercions pour la livraison de notre commande. Les quantités d’huile indiquées sur la facture sont inversées. Merci de la rectifier et de nous envoyer la facture corrigée.

Vocabulaire et grammaire : *olio vergine* = huile vierge ; *fattura corretta* = facture corrigée. *Vi preghiamo di* est une formule polie suivie de l’infinitif.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Lettre rédigée en italien : livraison remerciée, inversion des quantités signalée et facture corrigée demandée.

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

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS Commerce international, italien langue B, session 2017, code CILVEB-ITA, dure trois heures et a un coefficient 2. À partir d'un article sur l'italian sounding et ses effets sur le made in Italy, elle évalue la compréhension écrite en français, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale de réclamation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding fait évoquer une origine italienne pour des produits qui n'ont pas de lien réel avec l'Italie.
- L'article estime les pertes mondiales à 54 milliards d'euros, ou à 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict.
- Les moyens de lutte cités incluent les protections juridiques, les clauses commerciales, les salons et les campagnes d'information.
- Une réclamation de facturation doit distinguer clairement les produits, quantités et prix commandés des mentions erronées.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, restituer les éléments essentiels en français et respecter les 155 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %.
- Pour l'expression, traiter les deux aspects de la question en italien et respecter les 300 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %.
- Dans la lettre, recopier fidèlement les noms et adresses des deux entreprises ainsi que les quantités et prix.
- Décrire précisément l'inversion des huiles sur la facture et demander explicitement sa modification.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

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

Visez 155 mots pour le compte rendu et 300 mots pour l'expression, en respectant dans les deux cas la tolérance de plus ou moins 10 %. Comptez les mots après rédaction et vérifiez que le contenu essentiel reste complet.

Q : Que signifie l'italian sounding dans l'article ?

Il s'agit de noms, présentations ou signes qui évoquent l'Italie pour des produits sans lien réel avec le pays. L'article décrit cette pratique dans l'alimentation et ses effets sur les producteurs italiens.

Q : Comment les points sont-ils répartis entre les travaux demandés ?

Le sujet indique /20 pour chacune des trois parties : compréhension, expression et lettre commerciale. La durée totale est de trois heures. Il ne précise pas de répartition des points entre les critères internes de chaque partie.

Q : Quels éléments doivent figurer dans la lettre commerciale ?

Reprenez les coordonnées des deux entreprises, remerciez le fournisseur, puis comparez les produits et quantités reçus avec les mentions de la facture. Signalez l'inversion des huiles et demandez une facture modifiée avec des formules d'usage.

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

Ressources BTS Conception et Réalisation en Chaudronnerie Industrielle : 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.