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 CAV

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 lutter contre la contrefaçon (1 question) **Page 4**

3. Demande de correction d'une facture de commande 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://btscav.fr/assets/annales/bts-cav/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS CAV - 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 paru dans Il Sole 24 Ore examine l'imitation de produits alimentaires italiens sur les marchés étrangers, notamment en Amérique du Nord. Il décrit les conséquences économiques et réputationnelles du phénomène ainsi que plusieurs pistes pour le combattre.

Compréhension

Question I. Rédiger en français un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte. La longueur attendue est de 155 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Le compte rendu modèle reprend la définition du phénomène, ses effets sur les ventes et l'image du made in Italy, ainsi que les solutions évoquées dans l'article.

Compte rendu modèle
Dans un article publié par Il Sole 24 Ore en 2016, Luca Orlando dénonce l'« italian sounding », qui consiste à donner une apparence italienne à des aliments fabriqués hors d'Italie. Cette pratique touche presque tous les secteurs alimentaires. En Amérique du Nord, les imitations sont souvent beaucoup moins chères et les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver. Les copies occupent les rayons, réduisent les ventes et limitent les exportations italiennes. Le manque à gagner mondial atteint 54 milliards d'euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon. Selon Giandomenico Auricchio, ces imitations montrent aussi l'attrait de la qualité italienne ; leur élimination pourrait augmenter les exportations de 20 milliards d'euros. Mais le préjudice concerne aussi l'image et la réputation du made in Italy. Pour combattre le phénomène, le texte propose de renforcer les protections juridiques, d'agir dans les accords commerciaux, de soutenir les salons professionnels et d'informer les consommateurs. Auricchio privilégie enfin la culture et l'éducation pour valoriser l'authenticité et la qualité des produits italiens.

Vocabulaire : « manque à gagner » désigne une perte de revenus ; « contrefaçon » désigne une imitation illégale. **Grammaire :** le conditionnel dans « pourrait augmenter » exprime une possibilité, et non une certitude.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> L'italian sounding pénalise les ventes et la réputation des produits italiens. Le texte préconise des protections juridiques et l'éducation des consommateurs.

2. Pourquoi et comment lutter contre la contrefaçon

Le sujet invite à réfléchir aux raisons pour lesquelles les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon. Il faut également présenter des moyens de combattre ce phénomène dans une réponse argumentée en italien.

Expression

Question II. Répondre en italien à la question : « Perché le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e come possono farlo? » Rédiger environ 300 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Testo modello in italiano, circa 300 parole

Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'italian sounding perché questi fenomeni danneggiano le vendite e la reputazione del Made in Italy. L'italian sounding consiste nel dare a un prodotto un nome o un aspetto che evoca l'Italia, anche quando il prodotto non è italiano. Non sempre si tratta di contraffazione in senso stretto, ma il consumatore può essere confuso. Per esempio, negli Stati Uniti si vendono imitazioni di olio, pasta e formaggi a prezzi molto più bassi. I clienti scelgono questi prodotti e le imprese autentiche perdono vendite, spazio sugli scaffali e opportunità di esportazione.

Il problema è importante anche per l'immagine del Paese. Secondo l'articolo, l'italian sounding costa al settore alimentare italiano 54 miliardi di euro nel mondo; la cifra arriva a 60 miliardi se si considera anche la contraffazione vera e propria. Inoltre, le imitazioni possono far dubitare i consumatori della qualità e dell'origine dei prodotti italiani. Se il fenomeno fosse eliminato, l'export alimentare italiano potrebbe aumentare di 20 miliardi di euro.

Per reagire, le imprese e le istituzioni devono collaborare. È necessario rafforzare le leggi che proteggono i marchi e le denominazioni d'origine. Le aziende possono registrare i propri marchi all'estero, controllare i mercati e rivolgersi a professionisti legali quando scoprono un'imitazione. Anche gli accordi di libero scambio dovrebbero includere clausole che proteggono i prodotti autentici.

La protezione legale, però, non basta. Le imprese devono informare i consumatori sulla provenienza, la qualità e la tradizione dei prodotti. Possono partecipare a fiere, organizzare campagne educative e usare etichette chiare per rendere riconoscibili gli originali. A mio parere, la cultura e l'informazione sono essenziali: aiutano il pubblico a fare scelte consapevoli e rafforzano la fiducia nel Made in Italy. Aziende, distributori, governi e consumatori devono quindi agire insieme.

Traduction française, à titre pédagogique

Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'italian sounding, car ces phénomènes nuisent aux ventes et à la réputation du Made in Italy. L'italian sounding consiste à donner à un produit un nom ou une apparence qui évoque l'Italie, même si le produit n'est pas italien. Il ne s'agit pas toujours de contrefaçon au sens strict, mais le consommateur peut être induit en erreur. Les entreprises authentiques perdent des ventes, de la place en rayon et des possibilités d'exportation.

Le problème touche aussi l'image du pays. Selon l'article, l'italian sounding coûte 54 milliards d'euros au secteur alimentaire italien dans le monde, et 60 milliards si l'on inclut la contrefaçon proprement dite. Les imitations peuvent aussi faire douter les consommateurs de la qualité et de l'origine des produits. Pour agir, entreprises et institutions doivent collaborer : renforcer les lois, protéger les marques et les appellations d'origine, surveiller les marchés et prévoir des clauses de protection dans les accords commerciaux.

La protection juridique ne suffit pas. Les entreprises doivent informer les consommateurs sur l'origine, la qualité et la tradition des produits, notamment grâce aux salons, aux campagnes éducatives et à des étiquettes claires. La culture et l'information favorisent des choix éclairés et renforcent la confiance dans le Made in Italy. Tous les

acteurs doivent donc agir ensemble.

Vocabulaire et grammaire utiles : *lottare contro* = lutter contre ; *perdere vendite* = perdre des ventes ; *rafforzare le leggi* = renforcer les lois ; *è necessario* + *infinitif* = il est nécessaire de ; *potrebbe aumentare* = pourrait augmenter ; *anche se* = même si.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La contraffazione e l'italian sounding riducono le vendite e danneggiano la reputazione del Made in Italy. Per contrastarli servono leggi efficaci, tutela dei marchi, informazione dei consumatori e collaborazione.

3. Demande de correction d'une facture de commande d'huile d'olive

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno écrit à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini au sujet d'une erreur de facturation. Elle doit rappeler les quantités et prix commandés, signaler l'inversion des huiles vierge et extra vierge sur la facture, puis demander sa modification.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre de Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048. Remercier le fournisseur pour la bonne réception de la commande. Indiquer que la commande porte sur 50 litres d'huile d'olive vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile d'olive extra vierge à 10,50 €, mais que la facture inverse ces quantités. Demander la modification de la facture et employer les formules d'usage.

Traduction française : Nous vous remercions pour la livraison conforme de la marchandise commandée. La facture indique toutefois 50 litres d'huile extra vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile vierge à 10,50 €, alors que la commande prévoyait l'inverse. Nous vous prions de rectifier la facture et de nous envoyer la version corrigée.

Vocabulaire et grammaire : *La fattura riporta* signifie « la facture indique ». *Mentre* introduit ici le contraste avec la commande. *Vi preghiamo di* est une formule de demande polie suivie de l'infinitif : *rettificare*, « rectifier ».

✓ RÉPONSE À RETENIR

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 regolare consegna della merce ordinata. Tuttavia, la fattura riporta 50 litri di olio extra vergine a 9,50 € e 100 litri di olio vergine a 10,50 €, mentre l'ordine prevedeva 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €. Vi preghiamo di rettificare la fattura e di inviarci quella corretta.

In attesa di un vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.

Il genovino di Pagno

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

Bilan de l'épreuve : Épreuve de langue vivante étrangère, italien langue B, du BTS Commerce international à référentiel commun européen, session 2017, code CILVEB-ITA, durée de 3 heures, coefficient 2. Elle s'appuie sur un article consacré à l'italian sounding et au made in Italy. Elle évalue la compréhension écrite en français, l'expression argumentée en italien et la rédaction d'une lettre commerciale signalant une erreur de facturation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'italianité pour vendre des produits qui ne sont pas d'origine italienne.
- L'italian sounding réduit les débouchés et les capacités d'exportation, et nuit à l'image des entreprises italiennes.
- Les pistes de lutte citées comprennent la protection juridique, les accords commerciaux, les foires et les campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale précise les références, quantités et prix concernés, expose l'erreur et demande clairement sa correction.

Points de vigilance & attentes du jury

- Dans le compte rendu, restituer les idées essentielles en français et respecter 155 mots, avec une tolérance de 10 %.
- Dans l'expression, répondre aux deux volets de la question en italien et viser 300 mots, avec une tolérance de 10 %.
- Dans la lettre, distinguer huile vierge et extra vierge et vérifier les quantités, les prix et les adresses fournis.
- Respecter la structure d'une lettre commerciale, employer les formules d'usage et soigner la correction de l'italien.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Repérez les idées principales de l'article, puis reformulez-les en français dans un texte cohérent. Présentez le phénomène, ses effets économiques et sur l'image, ainsi que les mesures proposées, sans ajouter d'opinion personnelle.

Q : Que faut-il inclure dans la lettre commerciale ?

Identifiez l'expéditeur et le fournisseur, remerciez pour la commande, puis comparez les quantités et prix commandés à ceux de la facture. Signalez l'inversion des huiles, demandez une facture modifiée et terminez par une formule d'usage.

Q : Quel est le barème et combien de temps dure l'épreuve ?

L'épreuve dure 3 heures et son coefficient est 2. Les trois parties, compréhension, expression et lettre commerciale, sont chacune notées sur 20 points. Aucune durée spécifique par partie n'est indiquée.

Q : Quelles exigences de longueur faut-il respecter ?

Le compte rendu en français est demandé en 155 mots, avec une tolérance de 10 %. L'expression argumentée en italien est demandée en 300 mots, avec la même tolérance. Aucune longueur n'est précisée pour la lettre commerciale.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btscav.fr/assets/annales/bts-cav/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS CAV - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Construction et Aménagement de Véhicules : 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.