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 NDRC, veuillez visiter :
coursbtsndrc.fr/annales-sujets-et-corriges

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 alimentaire** (1 question) — **Page 3**
2. **Les raisons et les moyens de 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://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS NDRC - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

Un article de Luca Orlando publié dans Il Sole 24 Ore présente l'imitation de produits alimentaires italiens, notamment sur les marchés nord-américains. Il décrit les pertes économiques et les atteintes à la réputation du made in Italy, puis évoque des moyens d'endiguer le phénomène.

Compréhension

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

Le compte rendu ci-dessous compte environ 150 mots, dans la fourchette demandée de 140 à 170. Il reprend les idées essentielles sans traduire l'article phrase par phrase. « Manque à gagner » désigne ici les revenus perdus par les entreprises italiennes.

Compte rendu :

L'article de Luca Orlando dénonce l'« italian sounding », qui consiste à évoquer l'Italie par des noms ou des emballages pour vendre des produits qui n'y sont pas fabriqués. Ce phénomène touche presque tous les secteurs alimentaires, notamment en Amérique du Nord. Les imitations d'huile, de jambon, de fromages et de pâtes sont moins chères que les produits authentiques, parfois difficiles à trouver. Les rabais atteignent 80 % pour certains produits, et les pâtes coûtent de 22 % à 54 % moins cher. Les entreprises italiennes perdent ainsi des parts de marché et des possibilités d'exportation. Le manque à gagner atteint 54 milliards d'euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon stricte. Selon Giandomenico Auricchio, supprimer le phénomène pourrait augmenter de 20 milliards d'euros les exportations alimentaires italiennes. Mais l'enjeu est aussi l'image et la réputation du « made in Italy ». Le texte propose de renforcer la protection juridique, d'ajouter des clauses dans les accords commerciaux, de participer aux salons et de mener des campagnes d'information. Auricchio mise surtout sur la culture et l'éducation pour valoriser la qualité italienne.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> L'« italian sounding » pénalise les ventes et l'image des produits italiens. Le texte préconise des protections et une sensibilisation à leur qualité.

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

La question invite le candidat à réfléchir au préjudice que la contrefaçon cause aux entreprises italiennes. Il doit développer en italien des raisons de lutter et des moyens d'action, en lien avec les enjeux évoqués dans l'article.

Expression

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

Testo modello in italiano, circa 300 parole

Oggi le aziende italiane devono affrontare un problema serio: la contraffazione e l'italian sounding. Nel primo caso si vendono prodotti falsi; nel secondo si usano nomi, immagini o confezioni che evocano l'Italia, anche se i prodotti non sono italiani. Questo fenomeno riguarda molti alimenti, come l'olio, i formaggi, la pasta e i salumi.

Le imprese devono lottare contro queste pratiche perché perdono vendite e quote di mercato. I prodotti imitati costano spesso meno e occupano spazio sugli scaffali, mentre i prodotti autentici sono talvolta difficili da trovare. Secondo l'articolo, l'italian sounding costa al settore alimentare italiano 54 miliardi di euro; la cifra arriva a 60 miliardi se si considera anche la contraffazione in senso stretto. Inoltre, i clienti possono essere ingannati sull'origine e sulla qualità di ciò che comprano. Di conseguenza, diminuiscono la fiducia dei consumatori e la reputazione del made in Italy. Anche l'immagine delle aziende e le possibilità di esportare ne soffrono. Proteggere i prodotti autentici significa quindi difendere le imprese, i posti di lavoro e le tradizioni italiane.

Per agire, le aziende possono proteggere i marchi e le denominazioni, controllare i mercati e segnalare le imitazioni. Possono collaborare con associazioni professionali e studi legali specializzati. È utile anche chiedere regole più efficaci e inserire clausole di tutela negli accordi commerciali. Le imprese devono partecipare alle fiere e presentare i prodotti autentici ai distributori stranieri. Infine, campagne d'informazione possono aiutare i consumatori a riconoscere l'origine e la qualità degli alimenti. Come afferma Auricchio, non basta ricorrere ai tribunali: servono anche cultura ed educazione. Se il pubblico conosce il valore del made in Italy, può scegliere con maggiore consapevolezza. La collaborazione tra aziende, istituzioni e consumatori può ridurre il fenomeno e favorire la crescita delle esportazioni.

Traduction pédagogique

Aujourd'hui, les entreprises italiennes doivent faire face à un problème sérieux : la contrefaçon et l'« italian sounding ». Dans le premier cas, on vend de faux produits ; dans le second, on utilise des noms, des images ou des emballages qui évoquent l'Italie, même si les produits ne sont pas italiens. Ce phénomène concerne de nombreux aliments, comme l'huile, les fromages, les pâtes et les charcuteries.

Les entreprises doivent lutter contre ces pratiques parce qu'elles perdent des ventes et des parts de marché. Les produits imités coûtent souvent moins cher et occupent de la place dans les rayons, tandis que les produits authentiques sont parfois difficiles à trouver. Selon l'article, l'« italian sounding » coûte 54 milliards d'euros au secteur alimentaire italien ; le montant atteint 60 milliards si l'on prend également en compte la contrefaçon au sens strict. De plus, les clients peuvent être trompés sur l'origine et la qualité de ce qu'ils achètent. La confiance des consommateurs et la réputation du « made in Italy » diminuent donc. L'image des entreprises et leurs possibilités d'exportation en souffrent aussi. Protéger les produits authentiques signifie donc défendre les entreprises, les emplois et les traditions italiennes.

Pour agir, les entreprises peuvent protéger leurs marques et leurs appellations, surveiller les marchés et signaler les imitations. Elles peuvent collaborer avec des associations professionnelles et des cabinets juridiques spécialisés. Il est également utile de demander des règles plus efficaces et d'inclure des clauses de protection dans les accords commerciaux. Les entreprises doivent participer aux salons et présenter les produits

authentiques aux distributeurs étrangers. Enfin, des campagnes d'information peuvent aider les consommateurs à reconnaître l'origine et la qualité des aliments. Comme l'affirme Auricchio, recourir aux tribunaux ne suffit pas : la culture et l'éducation sont également nécessaires. Si le public connaît la valeur du « made in Italy », il peut choisir en connaissance de cause. La collaboration entre entreprises, institutions et consommateurs peut réduire le phénomène et favoriser la croissance des exportations.

Vocabulaire et grammaire utiles : *perdere quote di mercato* = perdre des parts de marché ; *proteggere un marchio* = protéger une marque ; *perché* introduit une cause ; *per agire* exprime le but ; *possono + infinitif* sert à proposer des moyens d'action.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le contraffazioni e l'italian sounding riducono vendite ed esportazioni e danneggiano la fiducia dei consumatori. Le aziende devono proteggere i prodotti autentici, collaborare e informare il pubblico.

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

L'épicerie génoise Il genovino di Pagno remercie son fournisseur toscan pour la réception d'une commande, mais constate une erreur sur la facture concernant les quantités d'huile vierge et extra vierge. Elle doit demander en italien la modification de la facture et employer les formules d'usage.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre 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. Le remercier pour la réception de la commande, puis signaler que l'épicerie a reçu conformément à sa commande 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'extra vierge et 100 litres de vierge. Demander la modification de la facture et utiliser les formules d'usage.

Modèle en italien
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

Gentili Signori,
Vi ringraziamo per la regolare consegna del nostro ordine. Abbiamo ricevuto 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extra vergine a 10,50 €, conformemente alla nostra richiesta. La fattura indica invece 50 litri di olio extra vergine e 100 litri di olio vergine. Vi chiediamo cortesemente di correggerla e di inviarci una nuova fattura.
In attesa di un vostro riscontro, porgiamo cordiali saluti.

Il genovino di Pagno

Traduction française
Nous vous remercions pour la livraison de notre commande. Nous avons reçu les quantités et qualités commandées, mais la facture les inverse. Nous vous prions de la corriger et de nous en envoyer une nouvelle. Dans l’attente de votre réponse, veuillez agréer nos salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *Vi chiediamo cortesemente di* signifie « Nous vous prions de ». *Abbiamo ricevuto* est un passé composé. *Invece* signifie « en revanche ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Facture à rectifier : 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 €.

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

Bilan de l'épreuve : Épreuve de BTS Commerce international, langue B italien, session 2017, code CILVEB-ITA, d'une durée de trois heures et de coefficient 2. À partir d'un article de Luca Orlando sur l'italian sounding et le made in Italy alimentaire, le candidat doit comprendre et synthétiser un texte, argumenter en italien sur la lutte contre la contrefaçon et rédiger une lettre commerciale relative à une facture erronée.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque une origine italienne pour des produits qui ne sont pas fabriqués en Italie.
- Les imitations détournent des débouchés des producteurs italiens et portent atteinte à l'image et à la réputation du made in Italy.
- Le compte rendu doit restituer les idées essentielles du texte sans ajouter d'opinion personnelle.
- Une lettre commerciale doit décrire précisément l'erreur de facture et formuler clairement la correction demandée.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue demandée : français pour le compte rendu, italien pour l'expression et la lettre.
- Respecter les longueurs : 155 mots plus ou moins 10 % pour le compte rendu et 300 mots plus ou moins 10 % pour l'expression.
- Dans la lettre, ne pas confondre huile vierge et huile extra vierge, ni leurs quantités et leurs prix.
- Présenter une lettre structurée, reprendre les coordonnées fournies et demander explicitement une facture corrigée.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment réussir le compte rendu en français sans traduire tout l'article ?

Repérez la définition de l'italian sounding, ses conséquences économiques et sur la réputation, puis les solutions évoquées. Reformulez ces idées essentielles dans un ordre logique, sans opinion personnelle, et vérifiez que le texte respecte la longueur demandée.

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

Expliquez les raisons de lutter, notamment la protection des ventes, de l'image et de la réputation des produits italiens. Présentez ensuite des moyens cohérents, comme les protections juridiques, l'information des consommateurs et la promotion du made in Italy.

Q : Combien de points vaut chaque partie et le sujet impose-t-il une répartition du temps ?

Chacune des trois parties vaut 20 points, soit 60 points au total. La durée totale est de trois heures, mais le sujet ne fixe pas de temps particulier pour chaque partie : répartissez-le en fonction des tâches et gardez un moment pour la relecture.

Q : Quels éléments doivent être clairement indiqués dans la lettre commerciale ?

Reprenez les coordonnées fournies et employez une présentation professionnelle en italien. Indiquez sans ambiguïté les quantités, les prix et les deux qualités d'huile commandées, expliquez leur inversion sur la facture et demandez sa modification.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS NDRC - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client : 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.