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 MHR

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. Les raisons et les moyens de lutter contre la contrefaçon (1 question) **Page 4**

3. Demande de rectification d’une facture 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://btsmhr.fr/assets/annales/bts-mhr/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MHR - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf

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

Un article de Luca Orlando publié dans Il Sole 24 Ore décrit les imitations alimentaires qui évoquent l’Italie sur les marchés nord-américains. Il expose leurs conséquences économiques et réputationnelles ainsi que différentes pistes pour lutter contre le phénomène.

Compréhension

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 %.

Le texte distingue l’« italian sounding », qui emprunte les codes de l’Italie, de la contrefaçon au sens strict. Le compte rendu reprend les exemples nord-américains, le manque à gagner, les effets sur la réputation et les pistes d’action. Vocabulaire utile : « manque à gagner » désigne une recette perdue ; « côte à côte » signifie que produits authentiques et imitations sont proposés ensemble. La tournure « si le phénomène disparaissait » exprime une hypothèse ; le conditionnel « pourrait augmenter » en présente la conséquence.

Compte rendu modèle

L’article de Luca Orlando analyse l’« italian sounding » : des produits alimentaires sans lien avec l’Italie adoptent noms et emballages évoquant son identité. Presque aucun secteur n’est épargné. En Amérique du Nord, ces imitations coûtent parfois moins cher que les produits authentiques : les réductions atteignent 80 % pour certains fromages et le jambon de Parme. Les aliments véritables sont parfois difficiles à trouver et certains distributeurs vendent originaux et copies côte à côte. Cette concurrence fait perdre des marchés et des revenus aux entreprises italiennes. À l’échelle mondiale, le manque à gagner atteint 54 milliards d’euros, ou 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Selon Giandomenico Auricchio, l’exportation alimentaire pourrait augmenter de 20 milliards si le phénomène disparaissait. Le préjudice touche aussi l’image et la réputation du made in Italy. L’article propose de renforcer les protections juridiques, d’intégrer des clauses aux accords commerciaux, de participer aux salons et d’informer les consommateurs. Auricchio privilégie surtout la culture, l’éducation et un discours fidèle à la qualité italienne plutôt que les seuls procès.

✓ RÉPONSE À RETENIR

L’italian sounding pénalise les ventes et la réputation des produits italiens. La lutte passe par la protection commerciale et juridique, mais aussi par l’information et l’éducation.

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

Le candidat doit expliquer pourquoi les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et comment elles peuvent agir. La réponse argumentée doit être rédigée en italien et respecter la longueur demandée.

Expression

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 en italien répond aux deux aspects de la question. Il compte environ 300 mots. La traduction française et les repères linguistiques sont pédagogiques et ne font pas partie de la production demandée à l'examen.

Texte modèle en italien	Traduction pédagogique en français
Le aziende italiane devono lottare contro la contraffazione e l'italian sounding perché questi fenomeni danneggiano le vendite, l'economia e la reputazione del made in Italy. Molti prodotti stranieri usano nomi, immagini o confezioni che evocano l'Italia, anche se non hanno la stessa origine. I consumatori possono confonderli con i prodotti autentici, soprattutto quando le imitazioni costano molto meno. Per esempio, il testo cita sconti importanti per l'olio, i formaggi, i salumi e la pasta. Questa concorrenza riduce lo spazio sugli scaffali e limita le possibilità di esportazione delle imprese italiane. Secondo l'articolo, il settore alimentare perde 54 miliardi di euro nel mondo, cifra che arriva a 60 miliardi considerando anche la contraffazione in senso stretto. Il danno non è soltanto economico: le imitazioni possono indebolire l'immagine e la reputazione dei prodotti italiani. Inoltre, i clienti trovano più difficilmente gli alimenti autentici. Proteggere questi prodotti significa quindi difendere le imprese, i posti di lavoro e la qualità riconosciuta del made in Italy. Le aziende possono agire insieme alle istituzioni. È importante rafforzare le leggi che proteggono i prodotti e creare una rete di esperti legali. Si possono anche inserire clausole di tutela negli accordi di libero scambio. Le imprese devono inoltre partecipare alle fiere internazionali, incontrare i distributori e presentare chiaramente l'origine dei loro prodotti. In questo modo possono raggiungere nuovi clienti e migliorare le esportazioni. Tuttavia, la lotta non deve svolgersi soltanto nei tribunali. Servono campagne di informazione e di educazione per spiegare ai consumatori come riconoscere i prodotti autentici e perché la loro qualità è importante. Le aziende devono raccontare la storia dei prodotti in modo chiaro e coerente. A mio parere, la soluzione migliore combina leggi efficaci, collaborazione internazionale e informazione. Se imprese, istituzioni, distributori e consumatori collaborano, il made in Italy sarà meglio protetto e le imitazioni perderanno attrattiva.	Les entreprises italiennes doivent lutter contre la contrefaçon et l'« italian sounding », car ces phénomènes nuisent aux ventes, à l'économie et à la réputation du made in Italy. De nombreux produits étrangers utilisent des noms, des images ou des emballages qui évoquent l'Italie, même s'ils n'ont pas la même origine. Les consommateurs peuvent les confondre avec les produits authentiques, surtout lorsque les imitations coûtent beaucoup moins cher. Le texte cite par exemple des réductions importantes sur l'huile, les fromages, la charcuterie et les pâtes. Cette concurrence réduit la place en rayon et limite les possibilités d'exportation des entreprises italiennes. Selon l'article, le secteur alimentaire perd 54 milliards d'euros dans le monde, chiffre qui atteint 60 milliards en incluant la contrefaçon au sens strict. Le préjudice n'est pas seulement économique : les imitations peuvent affaiblir l'image et la réputation des produits italiens. De plus, les clients trouvent plus difficilement les aliments authentiques. Protéger ces produits signifie donc défendre les entreprises, les emplois et la qualité reconnue du made in Italy. Les entreprises peuvent agir avec les institutions. Il est important de renforcer les lois qui protègent les produits et de créer un réseau d'experts juridiques. Il est aussi possible d'insérer des clauses de protection dans les accords de libre-échange. Les entreprises doivent également participer aux salons internationaux, rencontrer les distributeurs et présenter clairement l'origine de leurs produits. Elles peuvent ainsi atteindre de nouveaux clients et améliorer leurs exportations. Cependant, la lutte ne doit pas se dérouler uniquement devant les tribunaux. Des campagnes d'information et d'éducation sont nécessaires pour expliquer aux consommateurs comment reconnaître les produits authentiques et pourquoi leur qualité est importante. Les entreprises doivent raconter l'histoire des produits de façon claire et cohérente. À mon avis, la meilleure solution associe des lois efficaces, la coopération internationale et l'information. Si les entreprises, les institutions, les distributeurs et les consommateurs collaborent, le made in Italy sera mieux protégé et les imitations perdront de leur attrait.

Vocabulaire : *contraffazione* = contrefaçon ; *vendite* = ventes ; *scaffali* = rayons ; *tutela* = protection ; *attrattiva* = attrait. **Grammaire :** *devono lottare* exprime l'obligation ; *perché* introduit une cause ; *si possono inserire* est une tournure impersonnelle ; *se ... collaborano* exprime une condition.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Le aziende italiane devono difendere vendite, reputazione e prodotti autentici con leggi efficaci, accordi di tutela, fiere e campagne d’informazione.

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

L’épicerie génoise Il genovino di Pagno écrit à son fournisseur toscan Oleificio Toscano Morettini après réception de sa commande. Les quantités et les prix reçus correspondent à la commande, mais les types d’huile ont été inversés sur la facture, dont la modification est demandée.

Lettre commerciale

Question III. Rédiger en italien une lettre commerciale avec les formules d’usage. Indiquer les coordonnées de l’épicerie Il genovino di Pagno, via di Sottoripa 19, 16100, et de son fournisseur Oleificio Toscano Morettini, via 25 aprile 121, Monte San Savino (AR), 52048. Remercier le fournisseur pour la bonne réception de la commande et signaler l’erreur de facturation : 50 litres d’huile vierge à 9,50 € et 100 litres d’huile extra vierge à 10,50 € ont été reçus conformément à la commande, mais les types d’huile sont inversés sur la facture. Demander la modification de la facture.

Modèle en italien

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 del nostro ordine. Le quantità e i prezzi ricevuti corrispondono alla richiesta: 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €. Tuttavia, nella fattura i due prodotti risultano invertiti: sono indicati 50 litri di olio extravergine e 100 litri di olio vergine. Vi preghiamo di rettificare la fattura e di inviarcene una nuova.
Ringraziandovi, porgiamo distinti saluti.
Il genovino di Pagno

Traduction française : Merci pour la livraison conforme. Les quantités et prix reçus correspondent à la commande, mais les deux huiles sont inversées sur la facture. Merci de la rectifier et de nous en envoyer une nouvelle. Salutations distinguées.

Vocabulaire et grammaire : *olio vergine* = huile vierge ; *olio extravergine* = huile extra-vierge ; *vi preghiamo di* exprime une demande polie et se construit avec l’infinitif.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Si richiede la rettifica della fattura: 50 litri di olio vergine a 9,50 € e 100 litri di olio extravergine a 10,50 €.

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, code CILVEB-ITA, dure trois heures et a le coefficient 2. Elle s'appuie sur un article consacré à l'italian sounding et au made in Italy. Les candidats sont évalués en compréhension écrite, expression argumentée en italien et rédaction d'une lettre commerciale signalant une erreur de facturation.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- L'italian sounding évoque l'Italie par les noms et l'apparence de produits qui ne sont pas italiens.
- Les imitations réduisent les débouchés des produits authentiques et nuisent à l'image et à la réputation des entreprises italiennes.
- Les pistes de lutte citées comprennent la protection juridique, les accords commerciaux, les salons et les campagnes d'information.
- Une réclamation commerciale doit présenter précisément la commande, l'erreur constatée et la correction demandée.

Points de vigilance & attentes du jury

- Pour le compte rendu, restituer les idées essentielles en français et respecter les 155 mots, à plus ou moins 10 %.
- Pour l'expression, répondre aux deux volets de la question en italien et viser 300 mots, à plus ou moins 10 %.
- Dans la lettre, distinguer les deux huiles et conserver les quantités et prix exacts de la commande.
- Structurer la lettre avec les coordonnées des deux entreprises, la demande de rectification et les formules d'usage.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu de compréhension ?

Repérez la définition de l'italian sounding, ses effets sur les ventes et l'image du made in Italy, puis les pistes de lutte citées. Reformulez ces idées en français de façon cohérente, sans ajouter d'informations absentes du texte.

Q : Quels éléments faut-il distinguer dans la lettre de réclamation ?

La commande porte sur 50 litres d'huile vierge à 9,50 € et 100 litres d'huile extra vierge à 10,50 €. La facture inverse les types d'huile : signalez cette erreur et demandez une facture rectifiée.

Q : Combien de points vaut chaque partie et comment répartir le temps ?

Chacune des trois parties est notée sur 20, soit 60 points au total. L'épreuve dure trois heures et le sujet ne fixe pas de durée par partie. Répartissez votre temps entre les tâches et gardez quelques minutes pour relire.

Q : Quelles longueurs sont attendues pour les deux productions ?

Le compte rendu doit compter 155 mots avec une tolérance de 10 %, soit environ 140 à 171 mots. L'expression doit compter 300 mots avec la même tolérance, soit environ 270 à 330 mots.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmhr.fr/assets/annales/bts-mhr/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2017/BTS MHR - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2017 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Management en Hôtellerie-Restauration : 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.