

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR  
COMMERCE INTERNATIONAL  
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE - ITALIEN

**LANGUE A**

SESSION 2018

—————  
Durée : 3 heures

Coefficient : 2  
—————

Matériel autorisé : dictionnaire unilingue.  
Tout autre document ou matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous :  
- qu'il correspond à votre spécialité  
- qu'il est complet.

Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2018
E21 – Langue vivante étrangère : ITALIEN <b>LANGUE A</b>	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEA-ITA	Page 1 sur 3

## Alessi inaugura il primo monomarca di design sulla piattaforma Alibaba

È la prima azienda del design italiano a inaugurare uno store monomarca sulla piattaforma Tmall Global di Alibaba, il colosso cinese dell'e-commerce che raggiunge 466 milioni di utenti attivi in tutto il Paese asiatico e rappresenta oggi già 150 negozi italiani che vendono direttamente in Cina un migliaio di brand made in Italy.

5 Con questa operazione Alessi - storico marchio del design per la casa fondato a Omegna nel 1921 – punta a consolidare la sua presenza in Cina, un mercato da sempre ritenuto strategico, ma di difficile penetrazione, senza gli strumenti e i partner giusti, come spiega l'amministratore delegato Marco Pozzo: «Siamo presenti da tempo nel Paese, ma con una rete limitata, all'interno di rivenditori multimarca e solo in alcune città. Abbiamo pensato che il canale dell'e-commerce fosse quello più adatto per raggiungere il maggior numero di clienti e cavalcare l'onda favorevole di un crescente interesse nei confronti del design italiano da parte dei consumatori cinesi. È il momento giusto per affrontare in maniera strutturata questo mercato.»

10 Non solo: la vendita attraverso la piattaforma B2C Tmall Global (che dal 2014 permette di vendere online in Cina anche alle aziende senza legal identity cinese e senza una presenza fisica nel Paese) consente di stabilire un rapporto diretto con il cliente e dunque la possibilità di conoscerne meglio l'identità, i gusti, le abitudini e la localizzazione geografica. Tutti elementi che, spiega Pozzo, in un'ottica di retail "multichannel" potranno rafforzare le vendite anche nei negozi fisici.

15 «Il canale online ci permette di superare quelle barriere di costi per la distribuzione che finora hanno rallentato la nostra espansione in Cina», aggiunge Pozzo. Alessi ha del resto un'esperienza nell'e-commerce molto avanzata, soprattutto se confrontata alla media del settore, con vendite online (soprattutto in Europa e Nord America, tramite il proprio store online oppure piattaforme specializzate o generaliste) che raggiungono ormai il 15% del fatturato, contro una media del settore arredo-design che supera appena l'1%. La gestione diretta della vendita consentirà inoltre ad Alessi di costruire, in collaborazione con un'agenzia di comunicazione cinese, la propria immagine di identità e di brand in linea con i valori dell'azienda, in modo da comunicare ai consumatori il valore dei prodotti e posizionarli sulla fascia alta del mercato. Per la logistica, è stato aperto un magazzino a Hong Kong, con un partner di Alibaba, che darà supporto anche per la distribuzione dei negozi fisici.

20 «L'apertura del monomarca Alessi per noi è un passaggio importante – dice Christina Fontana, Business development director di Alibaba Italia, prima controllata europea del gruppo, aperta due anni fa –. Vendiamo già prodotti di design, ma solo in store multimarca. Ora vogliamo accelerare e potenziare questo settore, perché il mercato della casa è in forte espansione in Cina, con oltre 790 miliardi di dollari spesi ogni anno». Senza contare la forza del canale e-commerce in Cina, che passa soprattutto attraverso app per dispositivi mobili: per questo, spiega Fontana, è utile per le aziende avere degli store monomarca o comunque una presenza su un'unica piattaforma, visto che gli utenti difficilmente possono tenere decine di app (una per ogni brand) sul telefonino.

25 Inoltre, aggiunge Fontana, «di tutto il commercio online legato al mondo della casa, il 60% passa attraverso Alibaba. Il vantaggio per le imprese è soprattutto il rapporto diretto con i consumatori». La partnership con Alessi è solo il primo passo concreto di una strategia che punta a coinvolgere il maggior numero di brand del design italiano ed europeo. «Siamo già molto avanti con il comparto moda – conclude Fontana – e vorremmo recuperare terreno anche con l'arredo-design. Certo, ci sono alcune difficoltà logistiche che frenano, rispetto ai prodotti del fashion, ma le potenzialità ci sono e stiamo investendo per questo».

Giovanna Mancini, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 08 settembre 2017

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2018
E21 – Langue vivante étrangère : ITALIEN <b>LANGUE A</b>	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEA-ITA	Page 2 sur 3

# TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

## **I – COMPRÉHENSION**

**(20 points)**

Rédiger **en français** le compte rendu restituant les éléments essentiels du texte.  
(200 mots, +/-10 %)

## **II – EXPRESSION**

**(20 points)**

Répondre **en italien** à la question suivante.

Perché la conquista di mercati esteri è indispensabile, oggi, per il Made in Italy? Illustra con esempi precisi. (300 mots, +/-10 %)

## **III – LETTRE COMMERCIALE**

**(20 points)**

Rédiger une lettre **en italien** à partir des éléments suivants.

Vous êtes le directeur du magasin de luminaires et décoration LUMAIX éclairage – 2305, Route des Milles – 13 290 Les Milles.

Pour un de vos clients, vous contactez l'entreprise Alessi Mobili Bassano (via Bellavitis, 26 - 36061 Bassano del Grappa) et vous demandez un devis pour 80 lampes « Mercury » de la gamme Artemide et 40 lampes « Nebula » de la gamme Flos.

Vous désirez être livré d'ici la fin du mois de juin et pas au-delà. Vous attirez leur attention sur le soin tout particulier à apporter à l'emballage de la marchandise.

Vous leur rappelez que, étant depuis plus de 10 ans un fidèle client de Alessi, vous comptez sur eux pour vous accorder une offre spéciale.

Formules d'usage.

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2018
E21 – Langue vivante étrangère : ITALIEN <b>LANGUE A</b>	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEA-ITA	Page 3 sur 3