

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMMERCE INTERNATIONAL
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN**

**LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE - ITALIEN
LANGUE B**

SESSION 2013

Durée : 3 heures
Coefficient : 2

Matériel autorisé :

L'usage du dictionnaire unilingue est autorisé.

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.

DESMO, IL MADE IN ITALY ALLA CINESE

5 Firenze - Il cuore del made in Italy fascia lusso in mano a una cinese. Lei è la proprietaria e lei disegna, è la creativa, la direttrice artistica. Certo Sara Lin, 33 anni, è una cinese sui generis, nel senso che (anche se non ha ancora preso la cittadinanza italiana) vive a Firenze da quando aveva sette anni, e l'italiano – parlato con uno spiccato accento toscano e
10 le *ci* aspirate – è la sua lingua madre. Si è persino cambiata il nome: prima si chiamava Suping, che in cinese significa fiore di melo, da stilista invece si chiama Sara, il suo personaggio della Bibbia preferito. Ma Sara è anche il nome della borsa più iconica e più rappresentativa, nonché la più costosa, del suo marchio. Il marchio è Desmo, una storica griffe fiorentina di alta pelletteria nata nel 1976, che Sara Lin ha rilevato nel 2010 e sta
15 rilanciando mantenendone intatte le caratteristiche pur nell'innovazione: «La nostra prerogativa è il lavoro artigianale, la manualità e il rispetto della tradizione, uniti al pregio assoluto dei materiali, solo pelli naturali, le più belle, le più rare, le più raffinate», racconta, seduta a un grande tavolo candido nel suo showroom. Indirizzo molto prestigioso: showroom e negozio sono entrambi in via Tornabuoni, proprio di fronte a Ferragamo, la strada che è il salotto buono di Firenze e ospita le griffes del lusso. Per una borsa Sara, che viene prodotta su
20 ordinazione, 1400 euro il prezzo medio, è necessaria l'opera di ben sette artigiani, sette specialisti con competenze diverse, e due giorni di lavoro, il tutto coordinato da un maestro modellista come Giampiero Raveggi, 78 anni, che vanta un lunghissimo curriculum in casa Gucci e in casa Prada. Non solo made in Italy ma made in Tuscany: il laboratorio, che dà lavoro a una trentina di persone, è a Sesto Fiorentino. È qui che Sara Lin è riuscita a cancellare da questa borsa interamente in pelle ciò che per molte donne è l'unico difetto di una borsa tutta naturale: l'eccesso di peso. «Da un chilo e 800 grammi l'ho fatta scendere a un chilo e 200 abbassando lo spessore della pelle e accoppiandola a un tessuto tecnico rinforzato, il sintex», spiega. Piccolo è bello: il fatturato di Desmo, marchio di nicchia più conosciuto
25 all'estero, è di circa dieci milioni di euro l'anno, di cui il 40 per cento realizzato solo negli Stati Uniti, cifra che include anche la linea J&C Jacky & Celine, più giovanile e più sportiva, prodotta in Cina, che Sara Lin ha creato nel 2008 dandole i nomi dei suoi due figli, che oggi hanno 13 e 11 anni. I mercati cui guarda Desmo, oltre a quello statunitense che è in via di potenziamento, sono soprattutto a Oriente. Se il flagship store è quello di Firenze, il secondo è nella Corea del Sud, e cinque nuovi negozi apriranno nel 2013 in Cina: «Se l'Europa e l'Italia in particolare danno segnali di sofferenza, i consumatori asiatici sono oggi i più assetati di lusso. I milionari cinesi hanno imparato ad apprezzare ciò che è veramente esclusivo. Non vogliono più spendere per borse belle, forse, ma fatte in serie, uguali a mille altre». La borsa, sottolinea Sara Lin, è molto di più che un banale accessorio: «Per una donna rappresenta la
30 sua identità, rispecchia il suo gusto, i suoi desideri, il suo mondo». Figlia di imprenditori cinesi che a Empoli sono proprietari di un'azienda di abbigliamento in pelle, [...] è una stilista autodidatta, che disegna borse da quando aveva 19 anni e che il lavoro creativo l'ha imparato facendolo. Le è accanto nelle scelte più importanti un socio di minoranza italiano, Andrea Martini: «Per me innovare vuol dire cambiare nel rispetto della tradizione, rimanere se stessi per evolvere – afferma Martini –. Mantenere la nostra filosofia di base e allo stesso tempo essere nuovi nel rispetto di una crescita sostenibile, con profondo rispetto per l'ambiente». La borsa Sara è il prodotto di punta di Desmo: prodotto su ordinazione, ogni pezzo costa in
35 media 1400 euro.

La Repubblica.it, 24 settembre 2012

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION (20/60)

Faire **en français** un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte.
(218 mots +/- 10%)

II - EXPRESSION (20/60)

Répondre **en italien** :

«Innovare vuol dire cambiare nel rispetto della tradizione, rimanere se stessi per evolvere».
Che cosa pensi di questa strategia di alcune aziende italiane?
(300 mots +/- 10%)

III - LETTRE COMMERCIALE (20/60)

Rédigez une lettre **en italien** à partir des éléments suivants :

Vous êtes Gavin Fitch, responsable de la galerie commerciale ouverte depuis peu dans la Trump Tower de New York (725 fifth Avenue, New York, NY 10022). Vous écrivez à la propriétaire de l'entreprise Desmo, Sara Lin (Desmo, via Tornabuoni, 7r, 50123 Firenze). Vous la félicitez pour la qualité de ses produits et pour le succès que la marque obtient depuis peu aux Etats Unis. Vous lui proposez d'installer un flagship dédié à la marque Desmo dans la galerie.

En ce qui concerne la location, vous êtes prêt, pour faciliter l'installation de la boutique, à ne réclamer que 5% du chiffre d'affaires la première année.

Formules d'usage.