

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR ASSISTANT DE GESTION PME-PMI À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN
--

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE ÉCRITE - ITALIEN

SESSION 2012

Durée : 2 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 est complet.
Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

BTS ASSISTANT DE GESTION PME-PMI À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN		Session 2012
LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE ÉCRITE - ITALIEN	Code : APLVE-ITA	Page : 1/3

SOLDI MA ANCHE IMMAGINE E PROMOZIONE ECCO COSA RENDE IL SALONE AL SUO TERRITORIO

Quanto rende la fiera al territorio di riferimento? Quali sono le ricadute in termini reali? Se lo sono domandati i ricercatori del Cermes-Bocconi, stimando che ogni euro incassato dall'organizzatore ne genera almeno 10 sull'indotto¹. Una manna per alberghi, strutture ricettive, ristoranti, esercizi commerciali e negozi che ruotano attorno agli eventi espositivi. In sostanza, vale a dire che una fiera come quella di Verona avrebbe un impatto di circa 800 milioni sul territorio, mentre quella di Milano supererebbe i due miliardi. Questo tanto per cominciare. Perché il vero motore di business, secondo gli esperti, si mette in moto altrove, innescando a catena quei valori intangibili, e quindi difficilmente quantificabili, che permettono alle imprese, anche alle più piccole, di internazionalizzarsi, scovare nuovi clienti, migliorare l'innovazione. Ecco che la vecchia « formula vetrina » per le aziende in cerca di affari diventa un volano² per tutto il distretto produttivo. Oggi dici Vicenza e pensi al luccichio dell'oro, parli di Torino e salta in mente l'enogastronomia di « Slowfood », Bolzano come centro dell'energia rinnovabile, mentre a Verona si brinda alzando calici di vino. È la ricaduta di marketing sui territori delle fiere più riuscite, che riesce ad esaltare *asset*³ prima nascosti o marginali.[...]

Per il 60% dei piccoli imprenditori la fiera resta uno strumento per la promozione dei propri prodotti, un mercato per la vendita diretta. Aspetto meno conosciuto, ma non meno importante, è l'innovazione di prodotto.

“Per le Pmi italiane, il sistema fieristico resta uno sbocco fondamentale di vendita e contatti, ma è su altri fronti che si gioca la partita di rilancio dei territori”, spiega Domenico Girardi, ex direttore generale di Fiera Vicenza e oggi senior advisor⁴ di Kpmg. “La crisi di questi ultimi anni ha ribaltato il ruolo della fiera, ormai parte integrante della filiera produttiva, che oggi ritorna ad essere centrale come momento di creazione di domanda e offerta. In uno scenario sempre più globalizzato, la possibilità di incontro reale tra tecnici delle aziende e clienti è infatti un'opportunità di innovazione. Perché è dal confronto con idee e bisogni che migliorano i prodotti e si conquistano nuovi mercati”. Per Girardi è anche il modello di territorialità ad essere in piena evoluzione. “Quello delle fiere è uno strano business, che cambia a seconda della congiuntura. L'effetto vetrina è importante sia per gli eventi *trade*⁵ che per quelli *consumer*⁶, forse meno decisivo rispetto al passato, ma resta tuttavia un pilastro. Tuttavia, certe logiche di distretto sono superate. La Fiera Vicenza Oro, ad esempio, è un evento internazionale, specchio dell'Italia, e dell'Europa, della gioielleria. E credo che le concentrazioni del mercato spingeranno ancora di più i territori a fare massa critica e a svilupparsi insieme alle fiere di riferimento”.

Christian BENNA, *Affari e finanza*, 17 gennaio 2011

¹ sull'indotto: sugli altri settori

² un volano: una spinta

³ Asset: risorse

⁴ senior advisor: consigliere esperto

⁵ Trade: riservati a aziende e professionisti

⁶ Consumer: aperti al pubblico

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION (10/20)

Faire **en français** le compte rendu du texte.
(150 mots +/- 10%)

II – EXPRESSION ECRITE (10/20)

Rédiger **en italien** le courrier suivant :

Vous êtes M. Bruno BETRIAU, propriétaire de la bijouterie **Les Ors** à Aix en Provence (e-mail : lesors@provence.fr). Au cours d'une visite à la Fiera Vicenza Oro vous avez été particulièrement intéressé par la production d'une entreprise **Borgna e Figli** située à Vicenza (e-mail : borgnaefigli.rodello@veneto.it).

Vous adressez un courrier à cette entreprise pour lui demander de vous envoyer de plus amples informations sur sa production (colliers, bagues, bracelets, boucles d'oreilles, montres...), ses tarifs et ses conditions de livraisons.

Formules d'usage.