

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.

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2018
E21 – Langue vivante étrangère : ITALIEN LANGUE A	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEA-ITA- CORRIGÉ	Page 1 sur 2

ÉLÉMENTS DE CORRECTION

I – COMPRÉHENSION

(20 points)

Éléments attendus :

- Alessi, entreprise de design pour la maison fondée en 1921, bénéficiera d'une page dédiée sur la plateforme Tmall Global d'Alibaba, qui touche 466 millions d'utilisateurs chinois et permet déjà à 150 commerçants italiens d'être représentés et de vendre un millier de marques *Made in Italy* en Chine.
- La Chine est un marché stratégique qui fait montre d'un intérêt croissant pour les produits italiens et où le marché de la maison est en croissance, mais où il est difficile de prendre pied solidement. Alessi souhaite donc y renforcer son réseau de distribution à travers le canal de l'*e-commerce* et faire baisser les coûts de la distribution.
- Collaboration avec une agence de communication chinoise pour construire l'image de la marque en Chine et se positionner sur le marché haut-de-gamme.
- Stockage à Hong Kong, pour l'*e-commerce* comme pour les magasins.
- Tmall Global permet d'avoir un rapport direct avec le client, de connaître son profil, sa localisation et ses habitudes et peut donc être un outil pour un développement ultérieur des ventes dans les magasins.

II – EXPRESSION

(20 points)

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

- Vendere all'estero diventa quasi una necessità per rimanere sul mercato. La globalizzazione è una realtà economica.
- Permette di costruire economie di scala per prodotti di larga diffusione.
- Permette di reagire alla crisi economica e al calo dei consumi domestici.
- Opportunità per diffondere il Made in Italy e i suoi valori.
- Trovare potenziali clienti e aumentare quote di mercato.

III – LETTRE COMMERCIALE

(20 points)

- Respect de la forme (date, objet, signature)
- Usage du Voi (d'entreprise à entreprise)
- Utilisation des formules de politesse en introduction et en conclusion de la lettre
- Présence de tous les items de l'énoncé
- Qualité de la langue et lexique de la langue commerciale

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