

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMMERCE INTERNATIONAL
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE - ITALIEN

LANGUE B

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
E22 – Langue vivante étrangère : ITALIEN LANGUE B	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEB-ITA- CORRIGÉ	Page 1 sur 2

ÉLÉMENTS DE CORRECTION

I – COMPRÉHENSION

(20 points)

Éléments attendus :

- Il s'agit d'un article web du journal *La Repubblica* mis en ligne en juillet 2017 qui traite du secteur agro-alimentaire en Italie et plus particulièrement de l'import-export de produits dérivés de tomates.
- Premier exportateur mondial de produits transformés à partir de la tomate, l'Italie est toutefois talonnée par la Chine en ce qui concerne l'export de coulis et concentrés mais devance considérablement l'Espagne en matière de tomates pelées.
- Cependant, toujours d'après les statistiques réalisées par Ismea, l'Italie est également le second importateur après l'Allemagne de coulis et concentrés.
- Cette situation pousse la Confédération des coopératives italiennes à relancer la bataille pour l'indication obligatoire de l'origine des matières premières sur les étiquettes afin de distinguer le produit italien du produit étranger comme cela se passe déjà pour le lait.
- Cette mesure permettrait de lutter contre la contrefaçon mais également de valoriser cette production « made in Italy » dont le chiffre d'affaires atteint 3.2 milliards d'euros.
- Sur le marché national, la baisse de la consommation qui dure depuis 10 ans semble enfin terminée grâce à la hausse des ventes de sauces et tomates cerise.

II – EXPRESSION

(20 points)

A partire da esempi precisi, definite le strategie che il settore agroalimentare deve adottare per valorizzare e tutelare le sue produzioni all'estero e in Italia?
(300 mots, +/- 10 %)

- Ridurre la contraffazione (italian sounding).
- Ottenere l'etichetta obbligatoria con l'origine delle materie prime (pomodoro, latte, grano, riso) oppure logo o certificazioni.
- Sedurre i consumatori con la proposta di nuovi prodotti più adatti agli stili di vita attuali (sughi pronti).
- Partecipare a saloni internazionali all'estero o in Italia (Sial, Cibus, Anuga).
- Sensibilizzare i consumatori tramite campagne pubblicitarie (TV, stampa, internet, social network).
- Acquistare altri marchi per conquistare quote di mercato.

III – LETTRE COMMERCIALE

(20 points)

- Respect de la forme (date, objet, signature)
- Usage du Lei
- 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
E22 – Langue vivante étrangère : ITALIEN LANGUE B	Durée : 3 heures
Code sujet : CILVEB-ITA- CORRIGÉ	Page 2 sur 2