Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS MAV, veuillez visiter :
btsmav.fr/annales-sujets-et-corriges

BTS MAV

Langue vivante étrangère écrite - Italien

Session 2021 • Code sujet : **LVE1-ITA** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **1 pour Banque, Communication et Notariat ; 1,5 pour Management commercial opérationnel**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. **Compréhension écrite : les marques italiennes et le Made in Italy** (1 question) **Page 3**

2. **Expression écrite : luxe et promotion internationale du Made in Italy** (3 questions) **Page 4**

3. **Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ)** (Synthèse & Q&A Examen) **Page 7**

Sujet officiel (PDF) : https://btsmav.fr/assets/annales/bts-mav/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2021/BTS MAV - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf

1. Compréhension écrite : les marques italiennes et le Made in Italy

L'article d'Andrea Frolla, paru dans La Repubblica le 21 mars 2020, présente le classement BrandZ 2019 des marques italiennes les plus valorisées. Il met en lumière la croissance du luxe, l'internationalisation des marques et le rôle de l'innovation dans leurs résultats.

Toutes spécialités

Question 1. Rédiger en français un compte rendu du texte en 180 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Le compte rendu ci-dessous respecte la longueur demandée. Il restitue les chiffres clés, les facteurs de croissance et la place du luxe.

Compte rendu en français
Dans un article paru le 21 mars 2020, Andrea Frolla présente le classement BrandZ des marques italiennes les plus valorisées. Malgré les incertitudes politiques et économiques, leur valeur totale a augmenté de 14 % en douze mois, pour atteindre 97 milliards de dollars. Gucci arrive en tête avec 24,4 milliards et une progression annuelle de 50 %. Tim et Enel suivent. Parmi les autres marques remarquées, Ferrari gagne 36 %, deuxième meilleure performance après Gucci. Fastweb entre dans le top 30 à la 27e place, avec une valeur de 891 millions ; ses connexions rapides et ses offres transparentes séduisent les consommateurs. Le classement confirme le rayonnement international des entreprises italiennes : dix marques présentent une exposition internationale supérieure à 90 %. Celles dont l'exposition dépasse 50 % gagnent environ 20 % en valeur ; les autres restent stables. Selon Massimo Costa, des entreprises agiles et entrepreneuriales soutiennent cette réussite. L'innovation joue un rôle essentiel : les marques jugées très innovantes progressent de 17 %, contre 1 % pour les autres. Enfin, le luxe représente près de 40 % de la valeur classée, avec sept marques, notamment Gucci, Prada et Armani.

Vocabulaire utile : « valore del marchio » signifie « valeur de la marque » et « esposizione all'estero », « présence à l'étranger ». Le texte oppose les résultats des marques très innovantes à ceux des autres.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La valeur des marques italiennes progresse grâce à leur rayonnement international et à l'innovation. Le luxe représente près de 40 % de la valeur du classement.

2. Expression écrite : luxe et promotion internationale du Made in Italy

Les tâches d'expression s'appuient sur l'article consacré à la valeur et au rayonnement international des marques italiennes. Selon leur spécialité, les candidats répondent à deux questions sur le luxe et les moyens de se faire connaître à l'étranger, ou présentent une campagne de promotion pour une PME.

Toutes spécialités sauf Communication

Question 1. Répondre en italien, en 100 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %, à la question : « Perché il settore del lusso Made in Italy non conosce la crisi? »

Modello in italiano, 111 parole: Il settore del lusso Made in Italy continua a crescere perché unisce qualità, tradizione e autenticità. I prodotti italiani sono associati a uno stile di vita riconosciuto nel mondo e attirano clienti anche nei periodi di incertezza. Marchi come Gucci, Prada e Armani godono di una forte reputazione internazionale. Il lusso è inoltre il principale contributore di valore della classifica dei brand italiani: rappresenta quasi il 40%. La presenza sui mercati esteri amplia la clientela e riduce la dipendenza da un solo paese. Secondo l'articolo, i marchi più esposti all'estero hanno aumentato il loro valore di circa il 20%. Anche innovazione, comunicazione efficace ed esperienza positiva rafforzano la fedeltà dei consumatori.

Traduction française : Le secteur du luxe Made in Italy continue de croître parce qu'il associe qualité, tradition et authenticité. Les produits italiens sont liés à un style de vie reconnu dans le monde et attirent des clients même en période d'incertitude. Des marques comme Gucci, Prada et Armani jouissent d'une forte réputation internationale. Le luxe représente près de 40 % de la valeur du classement des marques italiennes. La présence à l'étranger élargit la clientèle et réduit la dépendance à un seul pays. Selon l'article, les marques les plus présentes à l'étranger ont accru leur valeur d'environ 20 %. L'innovation, une communication efficace et une expérience positive fidélisent également les consommateurs.

Vocabulaire et grammaire : *continua a crescere* signifie « continue de croître » ; *godono di* signifie « jouissent de ». *Perché* introduit ici la cause.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Qualità, tradizione, autenticità, presenza internazionale e innovazione sostengono la crescita del lusso Made in Italy.

Question 2. Répondre en italien, en 100 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %, à la question : « Quali sono i mezzi che un'azienda Made in Italy può usare per farsi conoscere all'estero? »

Modello in italiano, 101 parole:

> Per farsi conoscere all'estero, un'azienda Made in Italy deve scegliere i mercati e i clienti più adatti ai suoi prodotti. Può partecipare a fiere internazionali e collaborare con distributori locali. Un sito web in più lingue aiuta a presentare l'impresa, la sua storia e la qualità dei prodotti. Anche i social network e le campagne digitali permettono di raggiungere nuovi consumatori e mostrare il lavoro artigianale. L'azienda può inoltre collaborare con negozi, giornalisti e influencer affidabili. La comunicazione deve essere chiara e autentica. Infine, un buon servizio clienti e il dialogo dopo l'acquisto favoriscono la fiducia e la fedeltà. È utile misurare i risultati e adattare la strategia ai diversi paesi.

Traduction française : Pour se faire connaître à l'étranger, une entreprise Made in Italy doit choisir les marchés et les clients adaptés à ses produits. Elle peut participer à des salons internationaux et collaborer avec des distributeurs locaux. Un site multilingue présente l'entreprise, son histoire et la qualité de ses produits. Les réseaux sociaux et les campagnes numériques permettent aussi d'atteindre de nouveaux consommateurs et de montrer le travail artisanal. L'entreprise peut collaborer avec des magasins, des journalistes et des influenceurs fiables. Sa communication doit être claire et authentique. Enfin, un bon service client et le suivi après l'achat favorisent la confiance et la fidélité. Il est utile de mesurer les résultats et d'adapter la stratégie selon les pays.

Vocabulaire et grammaire : *per farsi conoscere* signifie « pour se faire connaître ». Après le modal *può*, on emploie l'infinitif : *può partecipare*.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Fiere, sito multilingue, social network, distributori locali e servizio clienti aiutano l'azienda a farsi conoscere all'estero.

Uniquement pour la spécialité Communication

Question unique. En italien et en 200 mots avec une tolérance de plus ou moins 10 %, présenter à vos collègues les points forts du Made in Italy dans le monde pour une campagne de promotion à l'étranger. Vous faites partie du service communication d'une PME et devez élaborer un programme de promotion.

Modello in italiano, 200 parole:

Colleghi, per promuovere la nostra PMI all'estero dobbiamo valorizzare i punti di forza del Made in Italy e presentarli in modo semplice e credibile. Prima di tutto, il pubblico associa l'Italia alla qualità, alla creatività e al gusto. La nostra storia, il sapere artigianale e l'attenzione ai dettagli possono distinguere i prodotti dai concorrenti. Anche l'autenticità e la cura della produzione sono importanti: raccontiamo chi siamo e mostriamo come lavoriamo.

Propongo di scegliere due mercati stranieri dopo aver studiato i clienti e le loro abitudini. Creeremo un sito in più lingue, con fotografie, brevi video e informazioni chiare sui prodotti. Useremo i social network per condividere la storia dell'impresa, le fasi di produzione e le testimonianze dei clienti. Parteciperemo a fiere internazionali e cercheremo distributori locali affidabili. Potremo inoltre collaborare con negozi, giornalisti e influencer adatti al nostro pubblico.

La comunicazione dovrà essere trasparente: niente promesse esagerate, ma prove concrete della qualità e dell'origine italiana. Offriremo un servizio rapido e raccoglieremo le opinioni dei clienti per migliorare. Misureremo i risultati attraverso le visite al sito, le richieste di informazioni e le vendite. Così uniremo tradizione e innovazione, costruendo fiducia e una presenza duratura sui mercati internazionali.

Traduction française : Chers collègues, pour promouvoir notre PME à l'étranger, nous devons valoriser les atouts du Made in Italy et les présenter simplement et de manière crédible. Le public associe l'Italie à la qualité, à la créativité et au goût. Notre histoire, notre savoir-faire artisanal et le soin apporté aux détails peuvent distinguer nos produits. Je propose de choisir deux marchés étrangers après avoir étudié les clients et leurs habitudes. Nous créerons un site multilingue, utiliserons les réseaux sociaux, participerons à des salons internationaux et chercherons des distributeurs locaux fiables. La communication devra être transparente. Nous offrirons un service rapide, recueillerons les avis des clients et mesurerons les résultats. Nous associerons ainsi tradition et innovation pour construire une présence durable à l'international.

Vocabulaire et grammaire : *dobbiamo valorizzare* signifie « nous devons valoriser » ; *dobbiamo* est suivi de l'infinitif. Les futurs *creeremo* et *misureremo* présentent les actions prévues.

✓ RÉPONSE À RETENIR

La campagna valorizza qualità, creatività, artigianato e autenticità con strumenti digitali, fiere e collaborazioni locali.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2021)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E2 d'italien écrit du BTS Groupe 1, session 2021, porte le code LVE1-ITA et dure deux heures. Le coefficient est de 1 ou 1,5 selon la spécialité. Elle comprend un compte rendu en français d'un article sur les marques italiennes, puis une production en italien sur le luxe, la visibilité internationale ou la promotion du Made in Italy.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le classement BrandZ cité dans l'article indique que la valeur des marques italiennes a progressé de 14 % en douze mois.
- Les marques les plus exposées à l'international ont vu leur valeur augmenter d'environ 20 % sur un an.
- L'innovation est un moteur de croissance : les marques perçues comme très innovantes progressent de 17 %, contre 1 % pour les autres.
- Le luxe représente près de 40 % de la valeur du classement et regroupe sept marques italiennes citées.

Points de vigilance & attentes du jury

- Respecter la langue demandée : compte rendu en français et expression en italien.
- Respecter les longueurs et tolérances : 180 mots pour le compte rendu, 100 ou 200 mots pour l'expression.
- Dans le compte rendu, reformuler les idées principales sans traduction littérale ni opinion personnelle.
- Choisir la consigne d'expression correspondant à sa spécialité : la question de campagne est réservée à Communication.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser le compte rendu en français ?

Repérez les idées essentielles, puis reformulez-les en français de façon structurée. Présentez les résultats du classement, les facteurs de croissance et la place du luxe, sans traduire chaque phrase ni ajouter d'opinion personnelle.

Q : Comment respecter la limite de mots pour l'expression ?

Comptez les mots et restez dans la marge de plus ou moins 10 %. Cela correspond à environ 90 à 110 mots pour une réponse de 100 mots, et à 180 à 220 mots pour la consigne de 200 mots.

Q : Combien de points valent les parties et comment gérer le temps ?

La compréhension vaut 10 points et l'expression vaut 10 points. Le sujet ne fixe pas de durée par partie : répartissez les deux heures selon les tâches et gardez du temps pour relire vos productions.

Q : Le coefficient est-il identique pour toutes les spécialités ?

Non. Le tableau indique un coefficient de 1 pour Banque, Communication et Notariat, et de 1,5 pour Management commercial opérationnel. La compréhension et l'expression sont chacune notées sur 10 points.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsmav.fr/assets/annales/bts-mav/E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien)/2021/BTS MAV - E2 - Langue vivante étrangère 2 (Italien) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf

Ressources BTS Metiers de l\ : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.