

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMMERCE INTERNATIONAL
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 2 - ITALIEN

SESSION 2023

—————
Durée : 3 heures
Coefficient : 1,5
—————

Matériel autorisé : dictionnaire unilingue.
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.

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2023
E2 – Langue vivante étrangère 2 : ITALIEN	Durée : 3 heures
Code sujet : 23CILVE-ITA-1	Page 1 sur 3

Fabiana Filippi guarda lontano, dai negozi alla logistica hitech

Moda donna. L'azienda umbra inaugura un nuovo spazio nel quadrilatero del lusso, accelera sul digitale senza intaccare l'artigianalità dei prodotti.

5 Gli effetti negativi della pandemia hanno raggiunto la quasi totalità delle aziende ma non tutte hanno saputo vedere - o costruire- qualcosa di positivo nell'annus horribilis del Covid, il 2020, e in quello di assestamento, il 2021. "Parlando con amici, conoscenti e colleghi imprenditori ci rendiamo conto di quanto sia importante partire da ciò che l'emergenza sanitaria ed economica ci ha insegnato, più che da quello che abbiamo perduto - spiegano i fratelli Mario e Giacomo Filippi Coccetta, da sempre insieme alla guida dell'azienda di famiglia - . Il digitale stava permeando da anni ogni processo aziendale e l'e-commerce era
10 partito ben prima del 2020, ma la pandemia ha insegnato a ciascuno di noi a usare meglio gli strumenti che già esistevano e ha spinto molti a investire sui loro sviluppi e applicazioni."

15 Due anni che hanno cambiato tutto, dalla vita quotidiana e alle modalità di programmare il futuro a medio e lungo termine; tutto tranne una cosa, sottolineano i fratelli Filippi: "Si può digitalizzare la logistica e usare la tecnologia blockchain¹ per garantire tracciabilità e trasparenza. Si può migliorare l'esperienza di shopping on line e ottimizzare i resi. Ma non è possibile, per il marchio Fabiana Filippi, rinunciare alla qualità delle materie prime, all'artigianalità e al made in Italy. Anzi, al made in Umbria, che significa anche maggiore sostenibilità ambientale e sociale."

20 L'italianità del marchio, nello stile e nella realizzazione spiega il successo all'estero, dove l'artigianalità è sempre più apprezzata: "Il mercato interno vale circa il 25%, il restante 75% è diviso tra area Emea², che assorbe il 35% dell'export, stati uniti e Giappone, entrambi al 10% e Corea e paesi ex Urss - sottolineando Mario e Giacomo Filippi - . Tra i mercati più promettenti ci sono proprio gli Stati uniti, dove abbiamo due monomarca, a Miami e Dallas, una buona presenza nei department store".

25 Fabiana Filippi ha costruito il suo successo sul canale wholesale³, che ancora oggi vale il 70% del fatturato, mentre il 25% è legato al retail e il restante 5% all'e-commerce diretto. Un mix che cambierà, ma non in un modo drastico: "Abbiamo oltre 65 boutique tra flagship, negozi monomarca e shop in shop⁴, diretti e indiretti, e nei prossimi anni potremmo aprirne altre - aggiungono i fratelli Filippi." [...]

30 "Abbiamo inoltre alleggerito il logo, anche in questo caso, senza l'intento di stravolgere, ma di migliorare, di rendere sempre più coerente l'evoluzione delle collezioni e dello stile con altri aspetti della brand identity, come, appunto logo e concept dei negozi", puntualizzano Mario e Giacomo. L'azienda ha oggi 265 dipendenti diretti, è al centro di una rete di fornitori e imprese partner in Umbria e guarda al futuro con cauto ottimismo [...]. L'importante è
35 accogliere i cambiamenti senza tradire i propri principi e valori.

Giulia Crivelli, *ISole24ore*, 8 luglio 2022

¹ blockchain: tecnologia che permette di conoscere la provenienza

² Emea: Europa, Medio Oriente e Africa

³ wholesale: all'ingrosso

⁴ shop in shop: negozio di marca dentro un altro negozio

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2023
E2 – Langue vivante étrangère 2 : ITALIEN	Durée : 3 heures
Code sujet : 23CILVE-ITA-1	Page 2 sur 3

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I – COMPRÉHENSION

(20 points)

Rédiger **en français** un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte.

(180 mots, +/- 10 %)

II – EXPRESSION ÉCRITE

(20 points)

Répondre **en italien** à la question suivante :

Dimostra come un'impresa che produce made in Italy ha tutte le qualità per durare nel tempo. Illustrare con esempi vari e precisi.

(300 mots maximum)

III – INTERACTION ÉCRITE

(20 points)

Rédiger **en italien** la lettre suivante :

Vous êtes le(la) responsable des achats du multimarque de mode haut de gamme italien MODES PARIS, 17 rue François 1er, Paris (75 008).

Vous écrivez à la maison : FABIANA FILIPPI S.p.a.
Via Bruno Buozzi, 90
06030 Giano dell'Umbria (PG) Italia

Vous accusez réception de votre commande N°580Xr du 15 du mois dernier.

Toutefois, après une vérification précise, vous avez constaté que vous avez reçu un lot de pantalons de couleur bleu marine modèle Tropea au lieu d'un assortiment de tailles de pantalons couleur verte modèle Portofino.

Vous précisez que vous ne désirez pas conserver la marchandise non conforme. Son retour sera à leurs frais.

Vous demandez l'envoi immédiat de la marchandise conforme à la commande car vous perdez des ventes.

Formules d'usage.

BTS COMMERCE INTERNATIONAL À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN	SESSION 2023
E2 – Langue vivante étrangère 2 : ITALIEN	Durée : 3 heures
Code sujet : 23CILVE-ITA-1	Page 3 sur 3