

B.T.S. GROUPE 4

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

ITALIEN

| |
|------------------------|
| SPÉCIALITÉ |
| Commerce international |

Durée : 3 heures

LE SUJET COMPORTE 3 PAGES, NUMÉROTÉES DE 1 À 3.

Dictionnaire bilingue autorisé

L'usage de la calculatrice est interdit

Strategie mitteleuropee per un re della buona tavola che non conosce confini. Successi europei e internazionali per una dinastia danubiana arrivata a Trieste, poco dopo la guerra. I Dukceovich, con il gruppo Principe e i loro 230 mila prosciutti di San Daniele prodotti ogni anno, hanno costruito uno dei più dinamici agglomerati industriali alimentari del continente che ha varcato l'oceano conquistando anche il mercato statunitense e raggiungendo, nel 1999, i 150 miliardi di lire di fatturato. Tutto ciò grazie alla capacità di navigare nei mercati del Nord Europa dove il gruppo ha fondato la propria ricchezza e le basi del suo successo. Una storia imprenditoriale che attraversa oltre un secolo, capace di risorgere dalle tragedie delle guerre grazie a una propria cultura del lavoro dell'organizzazione, della capacità di commercio e di penetrare nei mercati. [...]

Oggi, il gruppo, dalla Norvegia all'Austria, riempie con i propri prodotti le migliori *gourmendise*⁽¹⁾ d'Europa mentre in Italia è leader nella produzione del San Daniele.

“Contiamo di toccare i 180 miliardi di lire di fatturato nel 2000 con un aumento dell'export [...] che nei prossimi anni continuerà a crescere”, spiega Mario Dukceovich, primogenito del fondatore, che è affiancato in azienda dai figli Paola e Vladimiro. “I salumi italiani godono all'estero di un'ottima immagine che ha nel San Daniele la componente trainante ed è quella che stiamo sfruttando al massimo. Il gruppo è impegnato, inoltre, in una diversificazione strategica di prodotto dove il prosciutto crudo rappresenta il 34 % della produzione, un altro 34 % è costituito dai costi mentre il restante 32 % dai würstel”. [...] “Nel 1999 e nel 2000 il gruppo ha aumentato il proprio export verso quasi tutti i Paesi d'Europa con una forte presenza in Danimarca, Austria, Germania, Belgio, Stati Uniti e Giappone dove prevediamo un incremento del 70 %. Contiamo, inoltre, di sviluppare ulteriormente i mercati scandinavi dove i prodotti italiani incontrano molto successo. La filiale negli Usa, la Principe Food Inc., distribuisce direttamente sui mercati americani con ottime performance. Anche se non nascondo i continui timori che ci provoca il mercato americano, sempre sotto la minaccia di aumenti dei dazi, a causa della conflittualità commerciale con l'Europa. La nostra strategia, infatti, è ancora essenzialmente concentrata sull'Europa”. [...]

Certificato dal Lloyd's Register di Londra con l'Iso 9001, il gruppo ha iniziato, già da tempo, una forte diversificazione produttiva attraverso l'impiego di tecnologie molto avanzate coniugate con il recupero di antiche formule e ricette della cultura contadina [...].

“I nostri prosciutti vengono realizzati solo con prodotti nazionali e i nostri tecnici seguono la più scrupolosa selezione non solo delle carni ma anche delle varie fasi produttive. L'innovazione tecnologica rispettosa delle tradizioni ha da sempre caratterizzato tutte le nostre produzioni con una ricerca molto approfondita delle matrici culturali dei prodotti e del modo di riproporle come una volta. [...] Oggi dopo aver consolidato il nostro successo in Italia, un mercato molto sofisticato, ci sentiamo in grado di puntare sull'estero dove siamo certi di consolidarci ogni anno di più”.

Fabrizio de' Marinis - *Espansione*, 09/2000

⁽¹⁾ *Gourmendise* : col significato di *boutiques gourmandes*

I - VERSION

Traduire en français depuis : "*Oggi, il gruppo.. , jusqu'à : ... concentrata sull'Europa*" (1.11 - 27).

II - QUESTIONS

Répondre en italien aux questions suivantes :

A. "*I continui timori che ci provoca il mercato americano*". Spiega e commenta questa frase di Mario Dukceovich.

B. Quali strategie il gruppo Principe mette in atto per reggere la competizione mondiale ? Queste sono strategie adottate, di solito, dalle FM italiane ?

III - LETTRE COMMERCIALE

(à rédiger en italien)

Vous êtes le responsable du service Achats des magasins Carrefour, 15 rue Jenner, 75013 Paris. Vous écrivez à la Cooperativa Salumifici di San Daniele, via Isonzo, 25 (33070) San Daniele del Friuli, pour les remercier de l'envoi de leur catalogue et commander en retour 300 jambons fumés "Praga" et 4 cartons de 100 barquettes de San Daniele en tranches fines.

Vous souhaitez une livraison avant le 20 du mois suivant, franco de port à vos magasins et vous précisez que vous règerez la facture dès réception des marchandises en bénéficiant ainsi de l'escompte de 5 % pour paiement comptant.

Formules d'usage.