

B.T.S. GROUPE 4

1/3

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

“Per portare i conti in utile, i produttori di calze devono virare verso l'intimo, cercare nuovi mercati e accelerare sul marketing”. È il messaggio che arriva da Castel Goffredo, capitale del distretto della calzetteria femminile, diventato un modello economicoproduttivo unico in Europa e nel mondo. E se i consigli arrivano di là, è bene seguirli, visto che le centinaia di imprese concentrate in quell'area del mantovano, hanno un gran peso sui mercati. Le cifre parlano da sole : il 40 per cento della produzione europea di collant, autoreggenti e calze varie, è made in Italy. E il 28 per cento di questo 40, è made in Castel Goffredo.

Ma sono proprio le cifre (diffuse dall'annuale Osservatorio della calzetteria femminile [...]) che disegnano uno scenario difficile per il settore. È vero che nel 2001 sono cresciute le esportazioni del 7,8 per cento. Ma in compenso sono aumentate le importazioni di un abbondante 28 per cento. Un dato che suggerisce che le donne italiane, specie di questi tempi di incertezza economica, puntano sulla quantità più che sulla qualità. Così ci hanno guadagnato i fornitori cinesi, che hanno venduto sul nostro mercato il 30 per cento in più. Ma anche i turchi non sono da meno e stanno dando del filo da torcere ai nostri produttori sul piano della concorrenza internazionale. Sempre l'Osservatorio ha rilevato che la produzione di calze tricolore¹ continua a diminuire. E se le vendite, in valore (1.046 milioni di euro fatturati nel 2001) sono rimaste grosso modo stabili, rispetto all'anno prima, è solo perché sono aumentati i prezzi.

Le notizie sul futuro della calzetteria made in Italy non sono confortanti, poiché si prevede che questo trend discendente non accenni a diminuire. Secondo alcuni studiosi della materia, negli ultimi dieci anni la produzione di calze a collant, pezzo forte del settore, si è dimezzata. Gli operatori spiegano che “le ragioni sono due. Più una”. La prima, paradossalmente è dovuta al miglioramento della qualità. “Da quando, verso la fine degli anni Ottanta - raccontano a Castel Goffredo - nella produzione si è cominciato a usare l'elastomero (più conosciuto come lycra) insieme al nylon, le calze sono molto più resistenti. Si smagliano di meno e quindi se ne comprano meno”. La seconda ragione è che sempre più prende piede l'abbigliamento casual, sportivo, anche in città. Abitudine che pian piano ha mandato in soffitta i collant. A questi due “deterrenti” forti² se ne aggiunge un terzo, per così dire, passeggero : da due o tre stagioni, gli stilisti hanno convinto le donne che sia molto più sexy non mettere le calze, anche d'inverno.[...]

Più produttivo, suggeriscono gli esperti, attrezzarsi su altri piani. Prima di tutto diversificando nell'unico settore gemello : l'intimo. Anche perché molta tecnologia entrata nelle fabbriche, può essere utilizzata per produrre mutande, reggiseni, corsetti e via discorrendo. In particolare le macchine cosiddette seamless (letteralmente senza cuciture). Dopodiché, come si legge in un rapporto di Databank, diventa fondamentale l'accorpamento tra aziende. Così come è accaduto in tanti altri settori industriali, anche in quello della calzetteria si assisterà a un processo di fusioni e acquisizioni che porteranno alla creazione di poli più forti e strutturati. Che avranno la forza contrattuale per organizzare piani di sviluppo sul fronte della produzione, distribuzione e marketing. Alcuni grandi gruppi che hanno fiutato il vento e hanno indirizzato il timone in questa direzione, stanno raccogliendo i frutti.

Marcella GABBIANO, *La Repubblica*, Affari e Finanza, 14 ottobre 2002

¹ tricolore : italiano

² “deterrenti” forti = *éléments dissuasifs importants*

I – COMPRÉHENSION (20/60)

Traduire en français le texte depuis : “Le notizie ...” **jusqu'à :** “... (letteralmente senza cuciture)”. (l. 18-32).

II – EXPRESSION (20/60)

Répondre en italien aux questions suivantes :

1. Quali sono le ragioni del calo del consumo di calze in Italia ?
2. Quali soluzioni possono trovare le P.M.I. per fare fronte alla concorrenza internazionale ?

III – LETTRE COMMERCIALE (20/60)

Rédiger en italien la lettre suivante :

Vous êtes le/la responsable du magasin de lingerie féminine *Au bonheur des dames*, 41 boulevard des Capucines, 75002 Paris. Vous vous adressez à votre confrère italien du magasin *Solo per Lei*, intimo donna, via Vetta d'Italia, 4, 20052 Monza, Italia, pour lui passer commande de 60 paires de collants Réf. 78962 au prix catalogue de 2,50 € H.T., avant le 15 du mois prochain, franco de port à votre magasin.

Vous réglerez la facture à la livraison et vous demandez un escompte de 5 % pour paiement comptant, en lui rappelant que vous êtes un(e) fidèle client(e) depuis une dizaine d'années.

D'autre part, vous lui demandez une série d'affiches pour la décoration de votre vitrine.

Formules d'usage.