

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

SCARPA DA UOMO PER PIEDE FEMMINILE

Moreschi, un marchio di calzature storicamente legato alle collezioni da uomo, scommette sulla donna. La nuova collezione esordirà a settembre con una distribuzione ristretta che in Italia la vedrà entrare solo nei negozi di proprietà dell'azienda e all'estero presso alcuni franchising e clienti più importanti. Dalla prossima primavera estate 2002 verrà ampliata la gamma e distribuita anche al dettaglio multimarca.

[...] Vuole essere una scarpa in controtendenza rispetto a un mercato che ha puntato in modo massiccio su tacchi altissimi, difficili da portare tutto il giorno. Con questa scarpa vogliono coprire certe nicchie che sono state completamente trascurate nelle ultime stagioni dalla moda che pensa soprattutto ad una donna tutta tacchi e lustrini. L'identikit è quello di una scarpa dall'eleganza pratica che, sfruttando il know how di casa, si presenta con un'accentuata impronta maschile : bassa, stringata o con fibbia laterale, mocassino, pantofola e stivale, con uso di materiali pregiati come il cocodrillo Luisiana, il camoscio e il vitello. Non è una scarpa orfana, ma accompagnata anche da cinture e borse in pelle, realizzata da un'azienda di proprietà della Moreschi, mentre i modelli in rettile sono prodotti da alcuni artigiani di Milano.

[...] (A spiegare questa scelta della donna, dopo 55 anni di scarpe da uomo), Maurizio Provasi, direttore della Moreschi, risponde : "Abbiamo in giro per il mondo negozi monomarca diretti e in franchising che hanno bisogno di ampliare le loro collezioni. Inoltre c'è anche una fascia di consumatori che apprezza il valore intrinseco del prodotto e meno l'immagine". L'obiettivo della linea donna è di realizzare, entro i prossimi quattro anni, il 25 % dell'intero fatturato, che ora è fatto solo con la linea uomo, con l'intento, in queste prime stagioni, di essere soprattutto un completamento di linea nei negozi di proprietà.

L'azienda di Vigevano è alla terza generazione della famiglia Moreschi ; con circa 300 dipendenti ed una produzione fatta tutta a Vigevano, l'azienda ha chiuso il 2000 con un fatturato di 60 miliardi di lire. Un business promosso da quella stessa vivacità dei consumi che ha caratterizzato l'anno scorso l'intero settore, mentre le previsioni per la restante parte dell'anno sono più sotto tono : "siamo sicuri che questo secondo semestre sarà meno positivo del primo, in leggero rallentamento". Ad essere meno brillante sarà soprattutto il mercato europeo dove viene realizzato il 50 % del fatturato Moreschi, di cui il 20 % relativo all'Italia. A dare buone performance sono gli USA, un mercato che per l'azienda è in continua crescita, con un + 50 % che ha contrassegnato l'andamento degli ultimi 4 anni. "Abbiamo programmi importanti per gli USA, anticipa Provasi, dove pensiamo di costituire in autunno una Moreschi USA per gestire tutto il mercato locale. Stiamo cercando delle location per i negozi e il capostipite sarà New York entro il 2002". Agli Usa, soprattutto California e Florida, viene venduto il 12 % della produzione, una quota che dovrebbe salire al 30 % nel giro d'un paio d'anni. Nella lente della Moreschi entra la Cina, l'Arabia Saudita e gli Emirati Arabi dove sono in fase di partenza tre negozi. Intanto sta ridefinendo la distribuzione tra Hong Kong, Giappone e Korea al fine di una penetrazione più capillare. Non dimentica il mercato domestico : stanno collaborando con la Rinascente per un progetto di corner che sono già partiti a Roma, Milano e Firenze.

Rosa TESSA, *La Repubblica, Affari & Finanza*, 23 luglio 2001

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT**I – COMPRÉHENSION (20/60)**

Traduire en français depuis : “Vuole essere una scarpa ...” jusqu'à : “... artigiani di Milano” (l. 6-15).

II – EXPRESSION (20/60)

Répondre en italien aux questions suivantes :

1. Quali sono i vari aspetti della strategia di sviluppo della Moreschi ?
2. Come viene considerato il settore della moda italiana all'estero ?
Quali sono le qualità dei prodotti italiani ?

III – LETTRE COMMERCIALE (20/60)

Rédiger en italien la lettre suivante :

Vous êtes le responsable du magasin de chaussures Bessec, basé au centre Carrefour de la Madeleine, ZAC de la Madeleine, 35400 Saint Malo. Vous vous adressez à votre homologue italien du magasin Moreschi de Milan, via Settembrini 88, 20100 Milano, pour le remercier de l'envoi de son dernier catalogue. Par ailleurs, vous souhaitez passer commande de 50 paires de mocassins réf. 45889 et être livré avant le 10 du mois prochain, franco de port à votre magasin. Vous réglerez votre facture dès la livraison et demandez ainsi un escompte pour paiement comptant.
Formules d'usage.