



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Campagne 2012

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMMERCE INTERNATIONAL
À RÉFÉRENTIEL COMMUN EUROPÉEN**

**LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE - ITALIEN
LANGUE B**

SESSION 2012

Durée : 3 heures
Coefficient : 2,5

Matériel autorisé :

L'usage du dictionnaire unilingue est autorisé.

Tout autre document ou matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

LAVAZZA APRE IN INDIA E SFIDA L'IMPERO DEL TÈ

É una sfida all'impero del tè quella che Lavazza lancia in India con la posa della prima pietra di uno stabilimento di produzione del caffè. La fabbrica, nella regione meridionale, sarà la prima al di fuori dei confini nazionali ed è destinata a rafforzare l'internazionalizzazione dell'azienda torinese e la sua presenza sul mercato indiano dopo l'acquisizione di 200 caffetterie (Barista) di quattro anni fa. I coffee shop Barista-Lavazza saranno ora raddoppiati in un'ottica di espandere la domanda interna di "tazzine", in un Paese che ha nel té una cultura ed una tradizione millenaria. [...]

Rispettando la tradizione induista, l'inaugurazione dei lavori è stata benedetta con una offerta [...] alle divinità protettrici. "Il sogno è di far diventare l'India il nostro secondo mercato dopo quello italiano", ha detto all'ANSA Giuseppe Lavazza, annunciando anche la volontà "di portare da 200 a 400 il numero di coffee shop Barista, la rete acquisita nel 2007 e sottoposta a una complessa ristrutturazione. In questo modo – ha detto – siamo certi di poter generare utili". Lo stabilimento nascerà su un terreno di 40.000 metri quadrati (per ora ne saranno utilizzati 6 mila) ed impiegherà 150 addetti con macchinari italiani e tedeschi. Il numero totale dei dipendenti indiani è di circa 1.600.

Il complesso prevede un reparto produttivo, uffici e un centro per il training. Sarà realizzato secondo un criterio modulare, in grado cioè di espandersi quando il mercato lo richiederà. L'ambizione è di fare dell'India un hub per una possibile esportazione anche nell'area Asia-Pacific. "Sarà una fabbrica progettata utilizzando i più avanzati standard costruttivi e garantiti da certificazione di qualità, con particolare attenzione all'innovazione, al rispetto dell'ambiente e alla qualità della vita all'interno del luogo di lavoro", ha spiegato Marco Lavazza nella conferenza stampa nella città di Hyderabad. "Utilizzeremo al 99,9% caffè indiano che, per qualità e varietà, è secondo solo a quello del Brasile", ha aggiunto il vicepresidente, precisando che "il nostro caffè sarà quindi Made in India per origine, ma Made in Italy per savoir faire, lavorazione, miscelatura e tostatura".

Nella prima fase saranno prodotte circa 1.000 tonnellate di caffè l'anno (aumentabili del 40% in tre anni) sotto forma di grani, macinato e cialde. I prodotti sono destinati in primo luogo ai coffee shop e alle 5.000 macchine per caffè installate dalla società Fresh & Honest Café. L'obiettivo è poi di portare il caffè nei supermercati e conquistare così una più vasta fascia di consumatori che oggi non può permettersi il più caro prodotto importato. Infine, tra i piani di sviluppo, c'è anche il restyling dei Barista-Lavazza attraverso l'introduzione del concept Lavazza Expression con un'operazione pilota a New Delhi. "Vogliamo sviluppare in India la cultura del caffè italiano", ha concluso Giuseppe Lavazza, convinto che il caffè "diventerà un prodotto di consumo importante anche in India dove è già una moda", come dimostra lo sbarco del big americano Starbucks che di recente ha stretto un'alleanza con il produttore indiano Tata Coffee, marchio dell'omonimo gruppo industriale.

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION (20/60)

Faire en français un compte rendu restituant les éléments essentiels du texte. (170 mots +/- 10%)

II - EXPRESSION (20/60)

Rédiger en italien :

A partire dall'esempio della Lavazza, definire le strategie che le imprese italiane possono avere per conquistare i nuovi mercati emergenti. (300 mots +/- 10%)

III - LETTRE COMMERCIALE (20/60)

Vous êtes le directeur du personnel de la société d'import-export BOLLARD SA (5, rue Chanteloup - 45140 St Jean de la Ruelle). Vous écrivez à l'entreprise LUIGI LAVAZZA Spa (corso Novara 59 - 10154 Torino). Vous expliquez que les machines (modèle EP 850 et EP 950) fournies par Lavazza et testées dans l'entreprise ont donné satisfaction. Par conséquent Bollard SA souhaiterait faire l'acquisition, pour équiper ses bureaux, de 15 machines EP 850 et de 10 EP 950. Elle souhaiterait également commander 1000 capsules de café *Crema aroma gran espresso* à 31 € les 100 et recevoir des échantillons du café *Crema aroma gran caffè* à 36 € les 100.

Bollard SA prie donc Lavazza Spa d'enregistrer sa commande et demande que les délais de livraison soient précisés. Elle ajoute enfin qu'un chèque d'acompte de 10% est joint à la commande.

Formules d'usage.