

BCE 2016
Banque de langues IENA
ITALIEN LV2

227 candidats ont composé (218 en 2015, 217 en 2014). Une légère progression dont nous nous félicitons, ainsi que de celle de la moyenne générale (11,24 contre 09,84 en 2015 et 10,28 en 2014), soit plus d'un point gagné par rapport aux deux années précédentes.

Le texte d'appui du sujet était extrait du quotidien *Il Corriere della sera* de novembre 2015. L'auteur de l'article y relate une expérience faite dans une entreprise de linge de maison de la région de Côme, Gabel, qui a consisté à supprimer pendant une semaine les échanges de courriels internes afin de raviver une communication directe entre salariés. Paradoxalement, ce « retour au passé » - qui a aussi été une façon de renouer avec l'esprit du fondateur de l'entreprise familiale - a amélioré la prise de décision et semble donc une idée pour affronter les défis de la concurrence avec des « géants » tels qu'Ikea. La question de la prolifération néfaste des courriels internes se pose d'ailleurs dans de nombreuses entreprises du monde entier.

Version (moyenne 11,10/20). On note un ensemble globalement satisfaisant, contrasté dans le détail. Le texte à traduire était constitué des paroles rapportées en style direct d'une des dirigeantes de l'entreprise. A ce titre, il comportait un certain nombre de tournures syntaxiques idiomatiques que les meilleures copies ont su rendre dans un français correct en trouvant la juste distance avec l'italien. Les moins bonnes copies sont tombées dans le piège du calque, ce qui au mieux a donné des italianismes, au pire, des phrases incohérentes (*Ci appassioniamo a quello che facciamo. : Nous nous passionnons à ce que nous faisons. Chi non la pensa come te : Une personne qui ne la pense pas comme toi*).

Le lexique était tout à fait abordable. Certes, il portait sur le monde de l'entreprise, mais pas de façon trop spécifique. Aussi s'est-on étonné de voir ignorés des termes comme *clima aziendale* (*climat de l'entreprise*), *impiegati* (*employés*), *operai* (*ouvriers*), ce qui a parfois donné des contresens étonnants (*l'ouvrier* devenant le *dirigeant*, le *climat de l'entreprise* un *climat asiatique* ou *oriental...*).

Certains candidats ignorent le sens de termes courants comme *sfide* (*défis*), *coinvolti* (*impliqués*), *scambio* (*échange*), *chiacchierando* (*en bavardant*), *spesso* (*souvent*)...

Les temps verbaux n'ont pas toujours été bien repérés (futur, imparfait) et quelques copies comportaient des passages incohérents. Deux passages ont posé particulièrement problème : *Di persona è tutto diverso : Face à face, tout est différent* (et non *Le point de vue de chacun varie*, ni même *Selon plusieurs personnes différentes...*) ; ... *sia gli impiegati che gli operai : ... tant les employés de bureau que les ouvriers*.

Un candidat s'est contenté de traduire quelques bribes de phrases et de recopier entre parenthèses le texte italien, témoignant d'une impréparation totale à l'épreuve. Rappelons que l'improvisation le jour du concours est rarement couronnée de succès, que l'on gagne beaucoup à s'entraîner tout au long de l'année.

Question 1 – Compréhension du texte (moyenne : 13,36/20). Comme le montre la moyenne élevée, la phrase proposée « L'entreprise a expérimenté le retour au passé » a été bien comprise par les candidats. On a attribué la note maximale à ceux qui avaient précisé que le retour au temps d'avant les courriels était aussi un retour à l'esprit du fondateur de l'entreprise, qui avait souhaité que les bureaux de la direction soient construits en face des entrepôts afin que tout le monde soit au même niveau. Lorsque la langue était trop incorrecte (voire par moment incompréhensible), nous n'avons pas mis la moyenne.

Question d'expression personnelle (moyenne 10,54/20). Le sujet « Quels atouts a dans son jeu le *Made in Italy* dans un marché mondialisé? » était de facture classique. Il requérait une définition précise (et actualisée) du « Made in Italy » et appelait un plan structuré au moins en deux parties (les atouts, les faiblesses, par exemple), idéalement dialectisé avec une troisième partie sur les perspectives.

Les moins bonnes copies ont replacé des connaissances hors-sujet (la Renaissance, le patrimoine culturel, le tourisme, le football, la gastronomie...). D'autres ont enchaîné des stéréotypes vagues et dépassés (la Fiat 500, la Vespa, la Dolce vita...). Les meilleurs candidats ont su évoquer les questions de concurrence, contrefaçon, délocalisation et, trop rarement, du rachat de grandes marques emblématiques italiennes par de puissants groupes étrangers.

Presque tous les candidats ignorent que Fiat s'appelle désormais FCA (Fiat Chrysler Automobile), avec toutes les conséquences que cela implique en terme de stratégie mondialisée, toujours plus éloignée du Turin des fondateurs, et que Gucci (très cité) appartient au groupe français Kering (F. Pinault) ou Bulgari, Berluti, Loro Piana, Acqua di Parma à LVMH.

Thème (moyenne 9,83/20). 10 phrases de thème portant sur des règles de grammaire et un lexique fréquents qui devraient être connus de tout élève de classes préparatoires. Les « à peu près » ne sont pas acceptables dans ce type d'exercice. Certaines copies ont trahi un manque de préparation totale (plusieurs zéros, exercice non fait pour au moins une copie). Or l'entraînement préalable permet non seulement d'obtenir d'excellentes notes en thème (y compris pour des non italophones), mais aussi de fluidifier la langue des autres exercices (compréhension et expression) et ainsi d'augmenter la note finale de manière significative.