

U.F.R. DE LANGUES - CENTRE INTERNATIONAL de LANGUES
LEA

SESSION 1 - Semestre 1

DIPLOME : CYCLE : L NIVEAU : 3DATE : 7 janvier 2010UNITE D'ENSEIGNEMENT CONCERNEE : Traduction - ThèmeHEURE : 13h30INTITULE DE L'EPREUVE : 52-55 ITALIENSALLE : CU 414DUREE : 1h30

EPREUVE POUR : DA ou DA& ASSIDUS (rayer la mention inutile)

DOCUMENTS AUTORISES : OUA OUANOM DU PROFESSEUR RESPONSABLE : MIRABELLA

OBSERVATION DU PROFESSEUR :

TRADURRE IL SEGUENTE TESTO IN ITALIANO

Source : lematin.ma 21/01/2009**Fiat, une entreprise symbole de l'Italie**

Fiat, qui devrait prendre 35% du groupe automobile américain Chrysler dans le cadre d'une alliance stratégique, est l'entreprise symbole de l'Italie qui a réussi ces dernières années un redressement spectaculaire.

L'histoire de Fiat, fondée en 1899 à Turin, est liée à celle de la Péninsule et à la figure de l'"Avvocato" Gianni Agnelli, qui a dirigé de 1966 à 1996 l'entreprise lancée par son grand-père. Patron légendaire, Agnelli a été pendant 30 ans l'ambassadeur de l'Italie, assurant à Fiat une place parmi les grands sur le marché mondial de l'automobile.

Son petit-fils, John Elkann, 32 ans, est aujourd'hui vice-président de Fiat et la famille Agnelli est toujours le premier actionnaire de l'entreprise avec 32,75 % du capital. Mascotte du constructeur qui a fait sa réputation dans le monde entier, en particulier grâce au cinéma qui l'a rendue populaire, la Fiat 500 a été relookée en 2007 avec un incontestable succès.

Fiat emploie aujourd'hui 185.000 personnes dans le monde dont près de 78.000 en Italie. Il a produit en 2007 quelque 2,23 millions de véhicules - dont quelque 50.500 voitures sous les marques Fiat, Maserati et Ferrari, des camions (Iveco) et des tracteurs - dans ses 178 usines. En 2007, Fiat, a enregistré un chiffre d'affaires de 58,5 milliards d'euros (+ 12,9% par rapport à 2006) et confirmé le redressement spectaculaire amorcé il y a trois ans avec un bénéfice net de 2,05 milliards d'euros (+ 78%). L'artisan de ce redressement, Sergio Marchionne, est un manager italo-canadien qui a pris la tête de l'entreprise au bord du gouffre en 2004. Marchionne ne porte jamais la cravate et se présente toujours en pull quel que soit son public. Il a la réputation d'un homme exigeant avec ses équipes. Début décembre, Marchionne avait estimé que la seule solution pour faire face à la crise de l'automobile était de nouer des alliances.

Mascotte = trad.it. mascotte

DIPLOME : LICENCE ANNEE : 3ème CYCLE : 1

DATE : 7 janvier 2010

DEPARTEMENT LEA

HEURE : 13h30

INTITULE DE L'EPREUVE :
Version

SALLE : CIL 414

UE n° : 52 et 55 Italien Version

DUREE : 1h30

NOM DU PROFESSEUR RESPONSABLE :
Didier DELORME

Documents : non

« Imprenditori eccellenti », 2003, Il Sole 24 ORE

Traduire en Français le texte suivant de "I risultati parlano da soli." jusqu'à la fin:

La società

La ricetta del successo Bindi è stata realizzata con pochi e semplici ingredienti. Innanzitutto, una strategia di prodotto che ha puntato sulla qualità e che ha portato a notorietà nazionale ricette tipiche locali. Si comincia nel 1956 con lo Zuccotto fiorentino, nel 1958 con il Profiterol, nel 1960 con il Tartufo, nel 1962 con la Marengo, nel 1967 con la Torta di Frutta, nel 1977 con il Tiramisù, nel 1984 con la Torta della Nonna.

In secondo luogo, la costante ricerca di soluzioni tecnologiche che potessero consentire la perfetta e sicura conservazione dei prodotti con la rivoluzione, negli anni '70, della tecnologia del freddo che permette all'azienda di compiere il salto industriale.

In terzo luogo, la differenziazione produttiva con l'ingresso in gamma di gelati e semifreddi e subito dopo con una nuova e importante innovazione nel salato. La Bindi, infatti, è la prima azienda a portare nel mondo della ristorazione la focaccia in tutte le sue declinazioni.

In quarto luogo, l'internazionalizzazione commerciale e produttiva e, recentemente, la diversificazione strategica nel mercato del retail con l'apertura di negozi a marchio Bindi e con l'ingresso nella GDO con la linea Manzoni.

Un percorso sostenuto da valori solidi e immutati: la centralità del cliente, la qualità dei prodotti, la fantasia, l'eleganza, l'eccellenza della reputazione.

[I risultati parlano da soli. Oggi il Gruppo Bindi, con un fatturato annuo consolidato di circa 100 milioni di euro, offre il proprio servizio a 25.000 ristoratori, vanta una gamma di 800 prodotti a catalogo, produce 16 milioni di pezzi l'anno con 2 stabilimenti (in Italia a San Giuliano Milanese e negli Stati Uniti nel New Jersey) ed è presente sui mercati internazionali con tre marchi: Bindi e Manzoni per il dolce e Buoni e Pronti per il salato.

Con gli anni la famiglia Bindi è diventata molto numerosa visto che ne fanno parte tutte le mille persone circa che, con impegno e motivazione, contribuiscono al successo dell'azienda. E nel Gruppo ormai, oltre all'italiano, si parla anche inglese visto che quasi 200 persone sono impegnate nelle filiali inglesi e statunitensi.

La Bindi, infatti, esporta il 35% circa della propria produzione principalmente in Europa, Estremo Oriente e Stati Uniti. In tutto il mondo sono 90 i concessionari che vendono Bindi con il supporto di 400 agenti. L'azione di vendita viene realizzata anche attraverso filiali dirette: 4 in Italia, 1 in Gran Bretagna, 6 negli Stati Uniti. Tutti numeri da leader. Infatti, se in Italia il Gruppo controlla il 40% del mercato e vanta una capillarità distributiva unica nel canale della ristorazione, all'estero gustare Bindi è sempre più di moda.

Negli anni la società è cresciuta, è cambiata, è diventata più complessa, ma l'elemento di base è rimasto sempre lo stesso: il rapporto stretto con i clienti della ristorazione. Nel 1946 il fondatore Attilio Bindi parlava con i suoi colleghi ristoratori a Milano, negli anni successivi Romano e Rino hanno dialogato con i ristoratori di tutta Italia, oggi il nipote Attilio viaggia in tutto il mondo e sta contribuendo alla creazione di una gamma internazionale che fonde stili e tradizioni di pasticceria, ma che rispetta sempre l'artigianalità e la cura tutta italiana per la qualità tipica della Bindi. E la quarta generazione sta crescendo...]