BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE
ESPAGNOL
LVB

SESSION 2022

_____

Durée : 3 heures

Commerce International Coefficient : 2

Dictionnaire unilingue autorisé

Calculatrice interdite.

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.

LA CATALANA RRR'BIOCOSMETICS BUSCA HACERSE UN HUECO EN COSMÉTICA SOSTENIBLE

La firma de cosmética ecológica RRR'Biocosmetics, nacida hace solo unos meses en Barcelona, intenta hacerse un hueco en el mercado español y europeo con ingredientes naturales y envases retornables que limpian y clasifican personas con autismo, creando empleo en este colectivo.

La marca vio la luz en noviembre de 2020 tras la alianza de las hermanas Ana y Vicky Ribalta con el ingeniero y empresario Agustín Vilar, y ha desembarcado en el mercado con tres productos de cosmética corporal: un champú y acondicionador, un gel de baño y una loción corporal, a los que se ha sumado[1] un gel hidroalcohólico.

Siguiendo las tres R (Reducir, Reutilizar y Reciclar), la empresa comercializa productos que utilizan envases retornables, que cuentan con la certificación Ecocert Cosmos Organic, que garantiza, según ha explicado Ana, un producto "de alta gama, con ingredientes naturales y ecológicos a un precio medio". "Somos la única empresa de cosmética a nivel español y europeo que usa botes de aluminio retornables[2], no rellenables[3]", ha asegurado esta emprendedora.

El proceso de compra y retorno es sencillo: los clientes adquieren los productos a través de la web o en las 77 tiendas de Veritas de España. Una vez terminado el producto, pueden devolverlo a la misma tienda y les retornan 50 céntimos, o bien acumulan cuatro envases[4] para que un camión de la empresa los pase a recoger. Todos estos envases vacíos los llevan a la Fundación Aspasim, que impulsa el trabajo de personas con diversidad funcional[5], que se encargan de limpiarlos, desinfectarlos, clasificarlos y enviarlos a la embotelladora para volver a iniciar el proceso.

La compañía ha diseñado también los envases pensando en este colectivo, para que sean de uso lo más sencillo posible: cada uno es de un color distinto, para diferenciarlos, el material es resistente y los botes son de tamaño grande, de 500 ml.

Gracias a la reutilización de los envases, la marca reduce la huella de carbono en un 96 %, según Ana, ya que ahorran el CO2 de producir un nuevo envase. Esta emprendedora insiste en la importancia de devolver los botes de producto, que esperan que llegue a un 40 % de los casos, ya que cuando se hace así se generan horas de trabajo inclusivo[6].

El mercado principal de RRR'Biocosmetics es el español, pero vende sus productos en toda Europa, con especial incidencia en el mercado holandés en primer lugar, seguido por Alemania y Francia.

Aunque no descarta expandirse en todo el mundo, por ahora, se centran en Europa pensando en abrir filiales en algunos mercados en un plazo de unos tres años. De momento, en el primer mes desde el lanzamiento de la marca, han vendido 1.500 productos, una cifra que esperan multiplicar con las campañas que ahora ponen en marcha en redes sociales, hasta llegar a una cifra mínima de 30.000 botellas en un año.

De cara al futuro, los responsables de la firma ya preparan nuevas fórmulas y productos, siempre en el ámbito de la cosmética corporal, y poniendo por delante su "obsesión para tener un buen impacto en el planeta".

La Vanguardia, 09/01/2021

[1] sumarse: *s'ajouter*
[2] retornable: *consigné*
[3] rellenable: re*chargeable*
[4] un envase: *un récipient, un emballage*
[5] la diversidad funcional: las diferentes capacidades entre las personas
[6] el trabajo inclusivo: trabajo adaptado a las personas según sus capacidades

SUJET

I. COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT (20 points)

Après avoir lu attentivement ce texte, vous en ferez un compte rendu **en français** (entre 155 et 185 mots), en faisant apparaître les idées essentielles.

II. EXPRESSION ÉCRITE (20 points)

Vous répondrez **en espagnol** à la question suivante (entre 225 et 275 mots).

Según usted, ¿cómo puede una empresa construir una imagen marca positiva actualmente? Puede utilizar el ejemplo de RRR'Biocosmetics u otros ejemplos para señalar lo que valoran los consumidores.

III. INTERACTION ÉCRITE (20 points)

A partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale, **en espagno**l, en respectant les normes de présentation et les formules d'usage.

Maribel Puig, responsable de *Boutique Nature* à Perpignan *(*66000) souhaite étendre sa gamme de produits écologiques d'hygiène corporelle. En raison de sa proximité géographique, elle est intéressée par la marque RRR*'Biocosmetics* et aimerait la distribuer et mettre en avant l'engagement écologique mais aussi social de l'entreprise catalane.

- Elle souhaite proposer à ses clients les produits de la marque.
- Elle voudrait commencer en commandant 10 flacons de gel douche, 10 flacons de shampoing et 10 flacons de lait pour le corps.
- Elle souhaiterait essayer également le gel hydro alcoolique.
- Elle voudrait connaitre les conditions de paiement et les délais de livraisons pratiqués par RRR'Biocosmetics en cas de commande plus importante.
- Elle aimerait également savoir si l'entreprise a prévu les modalités de retour des emballages vides afin que ceux-ci puissent être reconditionnés par une association depuis la France.