CILVEB ESP

Session ***2011***

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL
à référentiel commun européen

Épreuve écrite E2

U22 - langue vivante étrangère **B**

ESPAGNOL

Durée : 3 heures *Coefficient : 2*

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.

Les dictionnaires numériques sont interdits.

Tout autre matériel est interdit.

Avant de composer, le candidat s'assurera que le sujet comporte bien 3 pages numérotées de 1/3 à 3/3.

Lentejas para el Magreb

Aceite de oliva, vino o jamón han sido algunos de los productos agroalimentarios más socorridos por la industria española para abrir mercados en el exterior. Pero no son los únicos. La empresa Alimentos Naturales ha hecho su apuesta por un producto en retroceso[1], considerado la hermana pobre, pero que es uno de los pilares de la dieta mediterránea: las legumbres[2]. Corrían los inicios de esta década cuando empresarios con *posibles* -Arturo Gil, ex propietario de Clesa; Gonzalo Pascual y Gerardo Díaz Ferrán, de Marsans; Manuel Guasch, de Ebro, o Adolfo Crespo, de Koipe- buscaban una empresa que no exigiera una elevada inversión y que, a ser posible, fuera líder en su sector.

Alimentos Naturales tiene una facturación que ronda los 60 millones de euros y maneja cada año más de 50.000 toneladas de diferentes legumbres, entre las que destacan garbanzos[2], alubias[2] y lentejas[2]. La estrategia del grupo se ha centrado en la innovación y el cambio de imagen del producto en mercados maduros como el español y el comunitario y en la exportación hacia países de cultura mediterránea o grupos de población inmigrante, como el mundo hispano en EE UU.

Con las legumbres como uno de los pilares de la dieta mediterránea, Alimentos Naturales se halla presente desde 2005 en Argelia con una planta para la manipulación y envasado bajo la marca Garrido de un producto en seco. La oferta se complementa con legumbre cocida cuya elaboración se hace en el exterior, en ambos casos con la marca como protagonista y mucha publicidad. Argelia supone ya el 25% de la actividad y de los resultados del grupo. La inexistencia de una gran distribución moderna en ese país ha supuesto el desarrollo de una distribución propia, puerta a puerta para el comercio minorista.

Con la misma filosofía, la empresa española funciona con planta propia desde 2008 en Casablanca (Marruecos). Al igual que en Argelia, la mayor parte de las ventas corresponden a producto seco envasado en ese país, junto a legumbre cocida importada. El resto de los países del norte de África son los siguientes objetivos del grupo, especialmente Túnez y Egipto.

Con la comunidad hispana como objetivo, Alimentos Naturales ha encarado el mercado norteamericano, que tiene 50 millones de consumidores potenciales, con productos en seco o elaborados.

En Europa, las operaciones del grupo se limitan a países como Francia, donde la legumbre tiene una buena aceptación, Alemania o Reino Unido, y las ventas suponen aproximadamente el 10% de la facturación de la empresa. En Portugal, el grupo se halla presente con una empresa filial y la marca Tachinho.

Para el aprovisionamiento de la oferta, la empresa cuenta fundamentalmente con producto importado, dada la caída de los cultivos en España. En la actualidad, el garbanzo se importa masivamente de México. La alubia procede de Argentina, y las lentejas, de EE UU.

VIDAL MATÉ, *EL PAIS*, 20/06/2010

1 : production et consommation en perte de vitesse
2 : légumes secs (pois chiches, haricots blancs, lentilles)

I. COMPTE RENDU EN FRANÇAIS

Après avoir lu attentivement le texte, vous en ferez un compte rendu **en français**, en faisant apparaître les idées essentielles. (160 mots, ± 10%)

II. EXPRESSION ÉCRITE

Répondre **en espagnol** à la question suivante :

"La empresa Alimentos Naturales ha hecho su apuesta por un producto en retroceso, considerado la hermana pobre, pero que es uno de los pilares de la dieta mediterránea: las legumbres" Lignes 3 et 4. ¿Qué ventajas e inconvenientes puede tener esa estrategia? (250 mots, ± 10%)

III. LETTRE COMMERCIALE

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez ***en espagnol*** *une lettre commerciale, en respectant les normes de présentation.*

- Le responsable commercial du magasin d'alimentation Spanish Market Deli Eastside de Los Angeles (U.SA.) écrit à la société Alimentos Naturales d'Onzilla (León) pour les remercier de l'envoi de leur offre et passer une commande d'essai de légumes secs (à préciser).
- Il souhaite recevoir la livraison avant le 15 du mois suivant et il souligne l'importance de l'emballage pour protéger correctement les marchandises.
- Il précise que le règlement s'effectuera dès réception des colis et bénéficiera ainsi de la remise de 4,5% pour paiement au comptant.