

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
« Assistant Secrétaire Trilingue »**

LANGUE VIVANTE

ESPAGNOL

Durée : 2 heures

**Aucun dictionnaire unilingue, bilingue
ou « électronique » n'est autorisé.**

El «efecto Pelotas» impulsa a Camper

5 Robert Redford, Woody Allen y Uma Thurman han sido vistos en Estados Unidos con unos zapatos Camper. De Mallorca. Es sólo un ejemplo del ritmo que ha tomado la aventura internacional de esta empresa familiar, que facturó en el año 2000 unos 20.000 millones de pesetas, el 70% fuera de España, en Europa, Estados Unidos y Japón, sobre todo. Parte del secreto está en Pelotas, una colección a medio camino entre el calzado deportivo y un zapato de vestir que arrasa* fuera y del que se han vendido 2,5 millones de pares desde su aparición en 1995.

10 Pelotas ha cumplido pues "un papel estelar" en el plan de expansión internacional de la empresa, que empezó en 1992 con la apertura de una tienda en Londres y otra en París y "se aceleró entre 1998 y 1999", cuando explotaron las ventas del zapato deportivo. Es decir, tres años después de que saliera el primer modelo de esta colección, que hoy ya va por los 20 diferentes, cada uno de los cuales se vende en distintos materiales —cuero, ante—, suelas y colores según el año. Sus precios varían entre las 11.975 pesetas del zapato más sencillo de la colección y las 16.975 de las botas más caras, unos precios que se adaptan al nivel de vida y a las tasas sobre las importaciones de cada país.

15 La empresa mantiene un modelo mixto de distribución que combina las tiendas, siempre propiedad de la compañía mallorquina, y puntos de venta seleccionados. Hoy hay 16 tiendas Camper fuera de España y 3.000 puntos de venta, en grandes almacenes o tiendas multimarca, repartidos por 30 países. En España el número de tiendas se eleva a 33.

25 Con varios años de evolución sostenida y favorable, es la hora de consolidar. Para que sus zapatos lleguen con igual facilidad a Madrid que a Londres, Milán, Manila o Tel Aviv, la compañía tiene que aumentar el número de plataformas logísticas. Camper no cuenta con una fábrica propia, si bien controla tanto la calidad del producto como los materiales que emplean las empresas que subcontrata con este fin, distintas plantas de Mallorca, la Comunidad Valenciana, Marruecos y Portugal. La empresa cuenta con tres plataformas para distribuir su producto por todo el mundo. La idea es hacer "más tupida" esa red de distribución para seguir impulsando su desarrollo exterior.

Amaya Iríbar
EL PAÍS, 04/02/01

* arrasa : tiene mucho éxito

I – COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT

**1 - Faites le compte rendu en langue espagnole de ce texte.
(150 mots, +/- 10%) (6 points).**

2 - Traduction (4 points)

Depuis "Pelotas ha cumplido..." (ligne 8) jusqu'à "...suelas y colores según el año".
(ligne 13).

II – EXPRESSION ÉCRITE

Courrier à rédiger en espagnol (10 points)

L'entreprise majorquine "Camper" a proposé la distribution de ses produits à la boutique parisienne "Le Chat Botté".

Suite à cette proposition, M. Fourcade, responsable des achats français "Le Chat Botté" signifie à M. Rodriguez chef des ventes espagnol "Camper" l'intérêt que son établissement porte à la nouvelle ligne de chaussures. Il demande donc à celui-ci de lui envoyer dans les plus brefs délais un échantillon des différents matériaux utilisés, le catalogue de la saison automne-hiver 2002 et la liste des prix.

Dans l'éventualité d'une commande, M. Fourcade émet les conditions suivantes :

-livraison : au plus tard 30 jours après réception du bon de commande

-modalités de paiement : règlement par virement à 30 jours

En outre il exige que le plus grand soin soit apporté aux emballages et que les frais de retour soient à la charge du fournisseur espagnol au cas où la marchandise arriverait endommagée.

Formule d'usage.

Afin de préserver l'anonymat des copies, vous ne devez, en aucun cas, faire apparaître un signe de reconnaissance dans la rédaction de vos réponses.