

SESSION 2003

BTS TERTIAIRES – GROUPE 1

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

PORTUGAIS

Durée : 2 heures

CRDP de MONTPELLIER

RÉSERVÉ AU SERVICE

Action commerciale		coefficient 1,5
Assurance		coefficient 1
Banque		coefficient 1
Communication des entreprises		coefficient 1
Professions immobilières		coefficient 1

Dictionnaire bilingue autorisé

Calculatrice interdite

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION

(10 points)

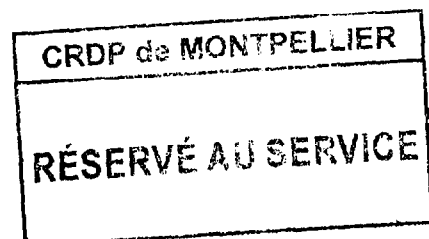
Traduire, **en français**, de «A poucas semanas...» (ligne 1) jusqu'à «...abriram ao público na data prevista.» (ligne 12).

II - EXPRESSION

(10 points)

Répondre **en portugais** aux questions suivantes :

- 1/ A SONAE é uma empresa portuguesa ou brasileira? Justifique a sua resposta apoiando-se no texto. (2 pts)
- 2/ Quando e onde foi inaugurado o primeiro centro comercial construído pela SONAE no Brasil? Como se chama este centro? Porque é que não tem o nome previsto inicialmente? (2 pts)
- 3/ Procure no texto os elementos decorativos que contribuem para dar a ideia dum «parque natural». (2 pts)
- 4/ Quantas visitas se esperam por ano? De onde virão essencialmente os clientes? (2 pts)
- 5/ Certas lojas europeias não quiseram implantar-se no parque D. Pedro Shopping. Porquê? Justifique a sua resposta com elementos do texto. (2 pts)



Sonae 'exporta' Colombo

1 A poucas semanas da inauguração, no passado dia 19, o primeiro centro comercial construído pela Sonae no Brasil estava para se chamar Parque das Andorinhas. Como o nome se encontrava registado, acabou por não ser utilizado. Mas os elementos decorativos, esses, já não houve possibilidade de remover. O empreendimento¹ manteve-se fiel ao tema «parque natural», embora rebaptizado D. Pedro. A própria população de Campinas, cidade do Estado de S. Paulo escolhida pela Sonae para implantar o seu primeiro projecto em terras de Vera Cruz, dera o mote² a partir do qual se procederia à concepção do *shopping*.

5 Quando a comitiva de jornalistas, entre brasileiros, portugueses, espanhóis, gregos e franceses chegou ao local para uma visita guiada das instalações, seguida de conferência de imprensa, muitos lojistas ocupavam-se ainda dos últimos preparativos. Aliás, das 360 lojas e serviços disponíveis no Parque D. Pedro Shopping (o nome que acabou por ficar), 300 estão já comercializadas e apenas 230 abriram ao público na data prevista. [...]

Fazendo jus³ ao tema, o interior do *shopping* de Campinas, de um piso apenas, está repleto de árvores verdadeiras, pedras, trepadeiras, fontes e espelhos de água. A sonorização de algumas zonas, onde é possível ouvir o som de cascatas, do vento e do canto das andorinhas, e a abundância de luz natural, para a qual contribuem as 61 clarabóias⁴, ajudam a recriar o ambiente de um parque.

15 O centro comercial tem cinco entradas a que foram dados os nomes de Flores, Águas, Colinas, Pedras e Árvores, cada uma das quais abre para um sector específico do *shopping* que está segmentado em alas: pronto-a-vestir, alta moda, desporto, casa e decoração, variedades e lazer e 20 serviços.

Com 108 metros quadrados de área bruta locável (ABL) – destinada a arrendamento pelos comerciantes –, o D. Pedro é grande, mas não tão grande como o Colombo, em Lisboa, que tem 120 mil metros quadrados de ABL e 427 lojas. O *shopping* brasileiro está, porém, preparado para se expandir até aos 132 mil metros quadrados e 500 estabelecimentos.

25 O número médio de visitantes esperado por ano ronda os 30 milhões, sensivelmente o mesmo valor registado pelo Centro Colombo. A empresa conta não só com os habitantes da cidade de Campinas (um milhão de pessoas) mas também com os 2,2 milhões de residentes nas cidades vizinhas.[...]

O país não assusta, aparentemente, os turistas portugueses, que procuram cada vez mais as suas 30 belas praias, mas o mesmo não poderá dizer-se das empresas. Prova disso foi a dificuldade que a Sonae teve em convencer algumas lojas a instalarem-se no Parque D. Pedro.

A cadeia francesa Sephora e a portuguesa de cosmética, Perfumes & Companhia, desistiram no último momento. A Fnac e a Zara avançaram, mas estas cadeias já estavam presentes no Brasil. «Pensávamos que íamos ter mais lojistas europeus, no Parque D. Pedro. Para a Europa, o Brasil 35 ainda é um risco», afirma Álvaro Portela.

O risco cambial e os direitos aduaneiros são obstáculos que dificultam as decisões de investimento em terras de Vera Cruz. Apesar de tudo, o D. Pedro conta com algumas cadeias nacionais, nomeadamente de restauração, como a Loja das Sopas e o Frango da Guia.

Mas independentemente dos riscos, a Sonae continuará a investir em terras brasileiras.

Carla Alves Ribeiro,

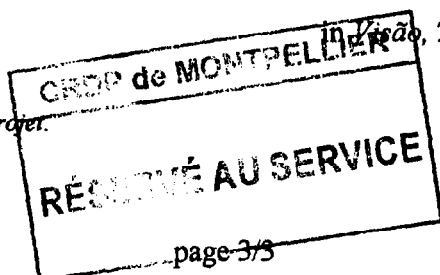
in *Visão*, 27 de Março de 2002 (adaptação).

¹ o empreendimento = *l'exécution d'un projet*.

² dar o mote = *lancer le thème*.

³ fazer jus = *justifier*.

⁴ a clarabóia = *la verrière*.



CONSIGNES DE CORRECTION

BTS TERTIAIRES – groupe 1

PROPOSITION DE CORRECTION — « Sonae exporta Colombo »

I – Traduction (10 points)

BTS tertiaires :

La traduction est un exercice de compréhension ; cependant le correcteur tiendra compte de la cohérence de la traduction en langue française.

Cet exemple de traduction ne constitue en aucun cas un modèle attendu de la part des candidats mais pourra servir de guide à l'interprétation du correcteur et garantir une certaine harmonisation nationale.

(lignes 1 à 12)

À quelques semaines de l'inauguration, le 19 mars dernier, le premier centre commercial construit par Sonae au Brésil, devait s'appeler Parque das Andorinhas. Comme ce nom était déjà utilisé, il n'a finalement pas été retenu. Mais les éléments décoratifs, eux, n'ont pas pu être remplacés. Le projet est resté fidèle au thème initial « Parc Naturel » bien qu'il ait été rebaptisé Dom Pedro. La population de Campiñas, ville de l'État de São Paulo, choisie par SONAE pour réaliser son premier projet en terre de Vera Cruz, a proposé le thème à partir duquel on procéderait à la conception du *shopping*.

Quand la délégation des journalistes, brésiliens, portugais, espagnols, grecs et français est arrivée sur place pour une visite guidée des installations, suivie d'une conférence de presse, de nombreux commerçants s'occupaient encore des derniers préparatifs. D'ailleurs, sur les 360 boutiques et services disponibles dans le Parque Dom Pedro Shopping (nom finalement adopté), 300 ont déjà été vendus et seulement 230 ont été ouverts au public à la date prévue.

II – Questions (10 points)

Pour les questions

Les questions servent à évaluer les capacités d'expression du candidat et son aptitude à repérer des informations dans le texte. Il peut néanmoins paraphraser le texte.

