

Session 2007

<p align="center">BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR OPTICIEN – LUNETIER</p>
--

Groupe 10
ÉPREUVE DE LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE : U 2

ESPAGNOL

Durée : 2 heures	Coefficient : 1
-------------------------	------------------------

L'utilisation du dictionnaire bilingue est autorisée.
L'usage de la calculatrice est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il soit complet.

Le sujet comporte 2 pages, numérotées de 1/2 à 2/2

ESP/LVE3

Session 2007	
BTS OPTICIEN LUNETIER Épreuve : Langue vivante étrangère : ESPAGNOL	Durée : 2h00 Coefficient : 1

TODO ESTÁ EN LA PRESENTACIÓN

1 ANUNCIO DE LAS TEMPORADAS

- 2 En los Estados Unidos, muchas ópticas de alta categoría cambian sus escaparates cada mes. Si no más a menudo. Los temas de festividades o de temporada, especialmente los días de San Valentín, Navidad, Halloween o la entrada al colegio, son los favoritos de las ópticas, que utilizan accesorios como corazones y tarjetas de San Valentín o calabazas y gatos negros para escenificar el mensaje de temporada.

APARIENCIAS EXCLUSIVAS

- 10 Otras tiendas prefieren medios más abstractos para aumentar la concurrencia. Los escaparates pueden presentar maniqués sin facciones que llevan las últimas gafas de sol o monturas de estilistas trabajadas como joyas o modelos retro rodeados de fotografías de prestigio. Otro tipo de escaparate muy popular es la presentación de monturas de diseñador con otras mercancías, por ejemplo un frasco de perfume o una bufanda de seda, de la misma marca. [...]

LÍNEAS TEMÁTICAS

- 15 Algunas ópticas aprovechan sus propias características distintivas para crear una decoración única. El establecimiento de Morgenthal Frederics en el barrio Soho de Nueva York está instalado en un antiguo restaurante y ha conservado su gran barra de bar de madera. "Utilizamos el bar como un elemento de decoración" dice el portavoz de Morgenthal Frederics, Jon Martínez. Cuando el escaparate presenta accesorios particulares, como los dibujos a la antigua de parejas para el Día de los Enamorados de este año, los mismos accesorios se disponen en el bar para continuar el tema en el interior. [...]

IMPACTO MÁXIMO

- 25 Tim Fabozzi, propietario de cinco establecimientos MyOptics en Nueva York y Nueva Jersey, piensa que un escaparate necesita lo que él llama "un factor choque". Por ejemplo, al final del invierno, los escaparates de MyOptics pueden presentar flores artificiales gigantescas. Para la Navidad de 1999, llenó un escaparate con hojas vellosas y colocó un ventilador para hacerlas volar, creando el efecto de una nevada. "Cualquier tipo de movimiento siempre es bueno para atraer la mirada del cliente". afirma Fabozzi. [...]

LOS NIÑOS EN MENTE

- 30 Otra tendencia de decoración a la vez más generalizada en las ópticas norteamericanas es el "rincón de los niños", que aprovecha el rápido crecimiento del mercado de gafas para niños. Muchas ópticas crean áreas específicas para presentar las monturas infantiles con animales de peluche, juguetes e incluso acuarios con coloridos pescados tropicales, además de muchas fotos de jóvenes modelos con gafas. Algunas tiendas dedican regularmente un escaparate exclusivamente a los modelos para niños durante todo el año y refuerzan la diversidad de la presentación durante el periodo de comienzo del año escolar.

(20/20 europe may 2000)

ESP/LVE3		1/2
Session 2007		
BTS OPTICIEN LUNETIER		Durée : 2h00
Épreuve : Langue vivante étrangère : ESPAGNOL		Coefficient : 1

QUESTIONS

7 points I. Traduction

Traduire "En los Estados Unidos" (ligne 2) jusqu'à "mensaje de temporada." (ligne 6).

II. Répondre en espagnol

8 points 1. ¿ Con qué procedimientos tratan las ópticas de captar la atención de los clientes ?

5 points 2. ¿ Le parece que para vender gafas "todo está en la presentación" ?

ESP/LVE3	2/2
Session 2007	
BTS OPTICIEN LUNETIER Épreuve : Langue vivante étrangère : ESPAGNOL	Durée : 2h00 Coefficient : 1