

SESSION 2008

**BTS COMMERCE INTERNATIONAL (groupe 4)**

ÉPREUVE ÉCRITE DE COMMUNICATION EN LANGUES VIVANTES

# PORTUGAIS

Durée : 3 heures - Coefficient 1,5

*dictionnaire bilingue autorisé  
calculatrice interdite*

## O negócio é se promover

1 Construído sobre uma ilha artificial, o hotel Burj Al Arab é uma bela tacada<sup>1</sup> de marketing de Dubai, maior cidade dos Emirados Árabes Unidos, para vender-se como o principal pólo turístico e centro de negócios do Oriente Médio. O hotel, que imita a forma de um barco a vela, é forrado de ouro, mármore de Carrara e um raríssimo granito azul brasileiro. Nada menos do que 12 000 metros  
5 quadrados da pedra – extraída do norte fluminense – revestem o lobby do hotel. Mas quase ninguém sabe disso. Ao fornecer o granito para os árabes, a pedreira brasileira assinou uma cláusula que a impede de associar seu nome ao do Burj Al Arab.

O mercado imobiliário dos Emirados e países vizinhos também cresce velozmente. Estima-se que os projetos em andamento por lá ultrapassem 800 bilhões de dólares. De olho nesse filão, no final de novembro, 50 empresários brasileiros vão participar em Dubai da Big 5 Show, a maior feira da construção civil do Oriente Médio. Não é a primeira vez que o Brasil vai à feira, mas neste ano conta com uma nova estratégia. A Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex) ligada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, criou um plano específico para aumentar as vendas de pedras decorativas. Um arquiteto brasileiro vai à feira montar ambientes de acordo com a vontade de cada cliente. A meta da Apex é dobrar as vendas dos expositores que no ano passado somaram 17 milhões de dólares. Recentemente a agência demonstrou uma agressividade inédita ao promover os produtos de 150 empresas brasileiras na Anuga, a maior feira mundial de alimentos realizada em Colônia, na Alemanha. Além de criar com os fabricantes novas embalagens para produtos como geléias, carnes e café, a Apex espalhou cartazes com a marca Brasil pela cidade.  
15  
20 O resultado foi um recorde de vendas de 963 milhões de dólares.

“Alemanha e Dubai são mercados prioritários para a internacionalização de produtos, serviços e empresas brasileiras”, diz Alessandro Teixeira, presidente da Apex. Com ele, a Apex passa por uma reestruturação. Além de formular estratégias para diferentes setores e empresas de todos os portes<sup>2</sup>, Teixeira usa ferramentas de marketing para explorar o que chama de “inteligência emocional dos mercados”. Um de seus maiores desafios é aliar a imagem tradicional do país do samba e do futebol a conceitos de eficiência e qualidade. Estes já estão associados à imagem de empresas como a Embraer<sup>3</sup> mas ainda distantes da marca “made in Brazil”.  
25

Em sua nova fase, a Apex está organizando um departamento de inteligência comercial que prevê o envio a mercados prioritários. Em parceria com a União da Agroindústria Canavieira de São Paulo, a Apex monta um projeto de promoção do etanol brasileiro junto a formadores de opinião nos Estados Unidos, Bélgica, Japão, Índia e China. Outra meta é a ampliação da rede de centros de negócios no exterior, em locais ainda a ser definidos. Hoje eles são cinco, em Miami, Lisboa, Frankfurt, Varsóvia e Dubai. A Apex também está reforçando o time<sup>4</sup>. No final do ano, deverá ter 170 profissionais, 50 a mais que o quadro atual, dos quais 20 trabalhando no exterior.  
30

Ângela PIMENTA,  
in *Exame* (www.portalexame.com.br), 01.11.2007 (adaptação).

<sup>1</sup> uma tacada : *un coup*.

<sup>2</sup> o porte : a importância, o tamanho.

<sup>3</sup> Embraer : Empresa Brasileira de Aeronáutica.

<sup>4</sup> o time : *l'équipe*.

# Travail à faire par le candidat

## I - COMPRÉHENSION

(20 points)

Traduisez en français de : « Alemanha e Dubai ... » (l. 21) jusqu'à « ... made in Brazil » (l. 27).

## II - EXPRESSION - LETTRE COMMERCIALE

(20 points)

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale en portugais.

*Afin de préserver l'anonymat de votre copie vous signerez du nom de « Ema Pessoa ou Pedro Pessoa, responsável de exportação e importação ».*

Vous travaillez en France dans une société qui souhaite négocier les tarifs de transport de granit bleu du Brésil.

Rédigez en portugais une lettre destinée à différentes entreprises de logistique internationale des transports afin qu'elles vous communiquent des précisions concernant :

- le stockage (localisation et description des entrepôts) ;
- les moyens de transport proposés et la fréquence des voyages ;
- les conditions d'assurance (vol, sinistre, etc.) ;
- les démarches douanières ou autres à effectuer en France et au Brésil ;
- un devis détaillé.

Le signataire termine sa lettre par une formule de courtoisie.

## III - QUESTIONS

(20 points)

Répondez en portugais aux questions suivantes :

- 1/ Em que consistiu a participação da pedreira brasileira na “bela tacada de marketing de Dubai”?
- 2/ A partir do texto, dê quatro exemplos do dinamismo promocional da Apex.
- 3/ Em que consiste a “inteligência emocional” do mercado brasileiro preconizada por Alessandro Teixeira?
- 4/ Quais são os dois projetos que a Apex está montando atualmente no exterior?