

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

## CONSIGNES DE CORRECTION

Commerce international – groupe 4

«O negócio é se promover»

### I – COMPRÉHENSION (20 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 21 à 27)

« L'Allemagne et Dubai sont des marchés prioritaires pour la divulgation internationale des produits, des services et des entreprises brésiliens, » selon Alessandro Teixeira, président de l'APEX. Avec lui, l'APEX est en pleine restructuration. En plus d'élaborer des stratégies pour différents secteurs et des entreprises de toutes tailles Teixeira utilise des outils de marketing pour exploiter ce qu'il appelle « l'intelligence émotionnelle des marchés ». L'un de ses plus grands défis est d'associer à l'image traditionnelle du pays de la samba et du football des concepts comme l'efficacité et la qualité. Ces derniers sont déjà liés à l'image d'entreprises telles que Embraer mais ne qualifient pas encore le « made in Brazil ».

### II – EXPRESSION – LETTRE COMMERCIALE (20 points)

*Les normes de rédaction de lettres brésilienne et portugaise sont acceptées en conservant une cohérence interne.*

Le candidat devra noter :

- les coordonnées de l'expéditeur ;
- les coordonnées du destinataire ;
- le lieu et la date (le mois en toutes lettres) ;
- les références ;
- l'objet de la lettre ;
- le candidat n'oubliera pas les formules de politesse (initiale et finale) ;
- le corps de la lettre ;
- la signature ;
- les pièces jointes.

### III – QUESTIONS (20 points)

*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.*

1. A pedreira brasileira forneceu 12000 metros quadrados de granito azul extraído no Brasil para a decoração do hotel Burj Al Arab.
2. Os exemplos do dinamismo promocional da APEX podem ser:
  - criar um plano específico para aumentar as vendas de pedras decorativas;
  - enviar um arquiteto à maior feira da construção civil para promover os produtos;
  - dobrar as vendas das empresas brasileiras de decoração na feira;
  - ajudar empresas de produtos alimentares a promover os produtos na Anuga, maior feira mundial de alimentos;
  - modificação de embalagens para produtos alimentícios para os promover;
  - espalhar cartazes com a marca Brazil na cidade que acolhe a feira.
3. A “inteligência emocional” do mercado brasileiro consiste em associar a imagem sedutora do Brasil à exigência de eficiência e de qualidade.
4. A Apex está a promover no estrangeiro o etanol brasileiro em todos os continentes. Mas ela também deseja ampliar a rede de centros de negócios no estrangeiro. Além disso ela continua a reforçar a equipa.