



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

Campagne 2010

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

SESSION 2010

BREVET DE TECHNICIEN SUPERIEUR
ASSISTANT DE MANAGER

U2.1 - EXPRESSION ET CULTURE EN
LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

GROUPE 3

ESPAGNOL

Durée : 2 heures
Coefficient : 1

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

Le sujet comporte 3 pages, numérotées de 1 à 3.

Code : ALLVEA-ESP

Page 1 sur 3

Desigual, tras los pasos de Zara y Mango

La cadena catalana supera el crecimiento de los líderes españoles de la moda : un producto con un público diferenciado y la apertura agresiva de tiendas son las claves de su desarrollo.

5 Thomas Meyer es uno de los nuevos empresarios sin rostro de Catalunya. Si hasta hace tres años no existían fotografías de Isak Andic, propietario de Mango, ahora es el fundador de la cadena Desigual el que guarda su vida en la más celosa intimidad. Meyer es el responsable, en la sombra, del crecimiento de uno de los últimos fenómenos de la moda española, que aumenta sus ventas mientras la caída del consumo impacta directamente en gigantes como Inditex. ¿Cuál es el secreto de Desigual para mantenerse inmune a la crisis?

10 El fundador de Desigual, de origen suizo, forma parte del grupo de empresarios textiles que iniciaron su trayectoria vendiendo al por mayor en Barcelona. “Lleva treinta años en el sector, ha subido y ha bajado y sabe cómo reaccionar”, explica uno de sus competidores. Cuentan que Meyer vendía camisetas en Ibiza hasta que se trasladó a la capital catalana y fundó Desigual en 1984. La cineasta Isabel Coixet fue la creadora del eslogan: “Desigual, no es lo mismo.”

15 Tras unos primeros años de éxito, la marca cayó en el olvido, hasta que en 2002 Meyer decidió darle un nuevo empujón a la empresa. Para liderar este nuevo proceso de crecimiento, el suizo incorporó a la empresa a Manel Adell, ahora director general de la compañía. Formado en Agrolimen, Cadbury-Schweppes y Bang&Olufsen, Adell se ha convertido en la cara visible de Desigual, como sucede con Enric Casi en Mango. Todavía hay más coincidencia entre Mango y Desigual : Si Isak Andic trabaja junto a su hermano, Nahman, Meyer lo hace junto a sus hermanos, Christian y Daniel. El primero de ellos se encarga de la expansión de tiendas.

20 El desarrollo de Desigual desde 2002 ha sido, hasta ahora, imparable. Hace siete años, la compañía contaba únicamente con siete establecimientos propios. Hoy en día, la empresa distribuye sus prendas en 145 tiendas. El crecimiento de la plantilla ha sido exponencial, hasta 1.300 personas al cierre del pasado ejercicio. [...]

25 Las cifras de Desigual están aún lejos de las dos mayores cadenas de España, pero su crecimiento es mayor. En 2008, Inditex elevó sus ventas un 10%, frente al 7,8% de Mango. Desigual incrementó su facturación un 88% el año pasado y, según Adell, en lo que va de año se continúa creciendo a doble dígito.

30 Chisco García, director de la firma Armand Basi y ex directivo de Massimo Dutti (Inditex), sostiene que la clave del éxito de Desigual es su producto. “Han dado en el clavo, han encontrado un nicho de mercado que no estaba cubierto”, afirma. El equipo de diseño de Desigual, en el que trabajan unas veinte personas, crea una colección propia que no sigue tendencias que marcan las pasarelas, que se fabrica principalmente en Asia.

35 “La inspiración emana directamente del director artístico, Thomas Meyer”, explican fuentes cercanas a la compañía. De todos modos, la marca se inspira, como el resto de cadenas, en sus competidores para crear los 2.000 diseños anuales de sus cuatro líneas (mujer, hombre, niño y complementos).

Pilar Riaño. Barcelona . *Expansión.com*, 22 de junio de 2009

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I- COMPRÉHENSION ÉCRITE (10 points)

Compte rendu en français

A partir du document proposé, vous expliquerez comment s'est développée l'entreprise Desigual, vous présenterez ses points forts et la place qu'elle occupe face à la concurrence.

II- EXPRESSION ÉCRITE (10 points)

Vous **rédigerez cette lettre en espagnol** en vous appuyant sur l'article de *Expansión.com*.

Vous êtes C. Cebreco Martín, responsable de la communication de la société Desigual située C/ Bruc, n°49, 08009 Barcelona. Vous devez informer vos clients les plus fidèles de l'ouverture d'une nouvelle boutique Desigual dans le Terminal 1 de l'aéroport de Barcelone, le 31 mai 2010.

Dans la lettre circulaire que vous rédigez :

- vous présentez brièvement l'entreprise,
- vous présentez l'originalité du concept Desigual et vous insistez sur la qualité des produits,
- vous indiquez que les 10 employés de cette nouvelle boutique seront heureux de les recevoir dès 6h30 du matin et ce, jusqu'à 23h,
- vous indiquez que grâce à cette nouvelle implantation, ils pourront faire des achats de dernière minute et mettre à profit le temps d'attente dans l'aéroport,
- vous indiquez que vous joignez un catalogue de la collection printemps été 2010.