

Brevet de Technicien Supérieur

**COMMERCE INTERNATIONAL  
à référentiel commun européen**

*Épreuve écrite E2*

**U21 - langue vivante étrangère A**

**ESPAGNOL**

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.

Les dictionnaires numériques sont interdits.

**Tout autre matériel est interdit.**

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

BTS Commerce International à Référentiel Commun Européen		Session 2016
U21 - langue vivante étrangère A - ESPAGNOL	Code : CILVEA ESP	Page 1/3

### Vino francés 'made in Spain'

Estamos en Virgen de las Viñas, una macro cooperativa vinícola y almazara manchega en Tomelloso, de la que cada día sale un millón de litros de vino a granel<sup>1</sup> rumbo a Francia, Italia y Alemania. “El vino de La Mancha va casi todo fuera”, dice este hombre que cruza Europa desde hace 25 años cargado de vino. “El problema es que cada vez es más barato”. El análisis de Ramón es certero y preocupa a un sector cuyas exportaciones se han disparado pero cuyos ingresos paradójicamente han disminuido.

El año pasado se exportó un 22,3% más de vino que el anterior —convirtiendo a España en el mayor exportador del mundo—, pero se ingresó un 3,2% menos y el precio medio por litro cayó un 20,6%, según los datos del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV). España exportó en 2014 a 1,11 euros el litro frente a los 5,37 de Francia.

[...]

Virgen de las Viñas es un buen reflejo de las fortalezas y debilidades del vino español y manchego. Presume de ser la mayor cooperativa vinícola de Europa y vende el 90% a granel. El 80% se exporta a Francia, Italia y Alemania.

Los esfuerzos de esta cooperativa, que no deja de crecer, se centran en vender más embotellado y menos granel. “Hemos incrementado el embotellado, pero es una utopía pensar que se puede embotellar todo el vino de La Mancha”, estima su presidente, Rafael Torres “Los franceses comercializan nuestro vino al doble o al triple de lo que vendemos nosotros. No tenemos una marca. Los vinos de La Mancha se asocian a mucha cantidad y poca calidad. Tenemos vinos que se pueden equiparar a los mejores de Francia, pero hará falta tiempo y fuertes campañas de la Administración”. Virgen de las Viñas planea unirse con otras cooperativas y abrir plantas embotelladoras y agencias comerciales en países de exportación.

[...] “No es una cuestión de calidad, sino de percepción. Hay una falta de apreciación del vino español en el mundo”, opina Juan Park, director de investigación de Wine Intelligence, en Londres. “España dice que tiene vino de calidad, pero vende a 0.40 euros. Si quiere ser de calidad debe tomar decisiones”.

A media hora en coche de las Viñas, en Manzanares, se encuentra Vinícola de Castilla, el reverso de la moneda de la macrocooperativa de Tomelloso. Aquí solo venden vino embotellado, apenas diez millones de botellas al año y dos tercios al extranjero, a 45 países. Sus cifras de personal ilustran bien los cambios de un sector altamente mecanizado. Tienen 26 empleados, 12 son comerciales y cuatro dan tumbos por el mundo con la botella debajo del brazo. Como en otras marcas, les cuesta encontrar vendedores que hablen bien inglés y estén dispuestos a viajar. “Nosotros podríamos vender más, pero tendríamos que bajar los precios”, asegura Alfonso Monsalve, el director, que cree que la clave está en producir menos. “Sé que es impopular, pero...”. Defiende incluso imponer topes de producción.

Reducir las cosechas es un mantra<sup>2</sup> que se escucha en el sector, pero es también un tema delicado. En España unas 400.000 familias viven del vino, a las que hay que sumar los negocios indirectos. Juan Antonio Mompó, de Arenal trading y otra referencia en el mundillo, compara la situación con el turismo de playa frente al de calidad. “Está claro que todos preferimos el de calidad, pero ¿qué hacemos con las miles de camas de Salou? Es decir, ¿qué hacemos con los millones de hectolitros si no se bebe en España?”.

Mompó piensa que ser los reyes del granel no es necesariamente una desgracia. Que granel es solo una forma de transporte. Que la cuestión es qué tipo de granel y a qué precio. Explica que la tendencia mundial es a embotellar en los países de destino, que Reino Unido embotella vino australiano y que los supermercados alemanes embottellan vino importado. Apunta además, el beneficio ambiental del granel, que reduce emisiones en el transporte.

Ana Carbajosa, *El País*, 15/04/2015

<sup>1</sup> a granel : en vrac

<sup>2</sup> mantra : ici "musique lancinante"

## I – COMPREHENSION (20 points)

Après avoir lu attentivement l'article, vous en ferez un compte rendu **EN FRANÇAIS** en faisant apparaître les idées essentielles. (220 mots, ± 10%)

## II – EXPRESSION ECRITE (20 points)

Répondez **EN ESPAGNOL** aux questions suivantes (300 mots maximum) :

- 1) Apoyándose en el artículo, analice los beneficios y los retos del comercio de vino a granel.
- 2) “España dice que tiene vino de calidad, pero vende a 0.40. Si quiere ser de calidad debe tomar decisiones”.  
¿Qué decisiones tomaría Ud. para exportar? Justifique su parecer.

## III – INTERACTION ÉCRITE (20 points)

À partir des éléments indiqués ci-dessous, vous rédigerez une lettre commerciale **EN ESPAGNOL** en respectant les normes de présentation.

Vous êtes Christine Mangel, directrice commerciale de **Vinoforum S.A.**, 15, avenue des Camélias à Lyon (69005). Ayant entendu parler de **Vinícola de Castilla**, vous vous adressez à cette société, dont les coordonnées sont : Calle Industrial I, 13200 Manzanares, Cdad. Real, Espagne, afin d'obtenir :

- des échantillons de sa production,
- ses tarifs,
- les modalités de transport et la politique de gestion des retours.

Vous évoquez l'hypothèse d'une présentation conjointe de leurs vins et de produits gastronomiques espagnols à Lyon, à l'occasion de la Fête des lumières, en décembre prochain.

Formules de politesse.