

BTS COMMERCE INTERNATIONAL

ÉPREUVE DE LANGUES VIVANTES ÉTRANGÈRES

RUSSE *NIVEAU B*

SESSION 2016

Durée : 3 heures
Coefficient : 1

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.
L'usage de la calculatrice est interdit.

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

BTS COMMERCE INTERNATIONAL	Session 2016
RUSSE – NIVEAU B	Code : CILVEB RUS Page : 1/3

Окно в Европу : марки Германии, Франции и Италии на российском рынке моды.

Ни для кого не секрет, что немецкие, французские и итальянские бренды уже давно заняли лидирующие позиции на рынках мира и оказывают существенное влияние на рынок России.

«Несмотря на то, что в последнее время взоры¹ многих производителей индустрии моды нацелены на Китай, где сконцентрированы основные производственные резервы, центры индустрии моды и развития расположены именно в Европе, и она по-прежнему диктует тенденции и определяет правила игры», - подчёркивает директор по закупкам ООО² «Диксор» (сеть магазинов MoDaMo) Марина Чепрасова.

Исторически сложилось, что Италия и Франция являются странами, формирующими моду для российского рынка. Правда, она разная : для одних регионов страны предпочтительней тенденции и направления более шикарных итальянских брендов, для других же наоборот - спокойная французская классика и элегантный шик.

Главным преимуществом известных торговых марок Германии является их консерватизм. Это может удивить, так как мода требует постоянных изменений. Но именно это качество позволяет им оставаться на пике популярности среди любителей классического стиля одежды

Необходимо также отметить, что европейские бренды учитывают³ и вкусы российского покупателя, предлагая практичные вещи на несколько сезонов вперёд, которые создаются с условием «классической» реальности мирового ритейла.

«Основной проблемой, с которой мы сталкиваемся, работая с европейскими компаниями, является отсутствие одежды на полноценную русскую зиму», - говорит Евгений Лавров (компания ТК Цветной) . «Погодные условия в Европе отличаются от наших, и достаточно сложно донести до крупных брендов, ориентированных на рынок Европы, тот факт, что нам необходима более тёплая одежда и обувь».

«Но Россия играет всё более существенную роль в развитии европейского рынка. Это сказывается, например, на высоте каблука, наличии в зимних коллекциях меховых подкладок или стелек и т.п. Так что главной тенденцией можно назвать умение и желание прислушиваться к нуждам своего российского дистрибьютера, что не может не радовать нас, заставляя чувствовать себя не только поставщиками моды, но и немного её творцами⁴!» - отмечает Якоб Тресков, генеральный директор TMHF GROUP.

София Карлова
Журнал Модный magazin, 24/06/2015

¹ взоры нацелены на = les regards sont tournés vers.

² ООО = SARL.

³ учитывать = tenir compte de.

⁴ творец = créateur.

TRAVAIL À FAIRE

I - COMPRÉHENSION (7 points).

Faire en français le compte-rendu du texte.

II - EXPRESSION (7 points : 2 X 3,5).

Répondre en russe aux deux questions suivantes, au choix.

1. По-вашему, почему российский рынок моды привлекает европейские бренды?
2. В каком секторе международной торговли Вы бы хотели работать? Почему?

III - LETTRE COMMERCIALE (6 points).

Au nom du service commercial de la marque ZARA, vous rédigez un E-mail, pour confirmer l'envoi d'une commande à la société MoDaMo, votre distributeur en Russie : 500 manteaux et 300 parkas (куртка) de votre nouvelle collection hiver pour femmes. La commande est prête et part aujourd'hui. Livraison prévue dans 48 heures par votre transporteur DPL.

Vous :

pierre.dupont@zara.fr, directeur des ventes

Votre partenaire :

Арина Трофимова, менеджер по импорту, арина.трофимоваМоДаМо@rambler.ru