Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

BTS Communication

Espagnol

Session 2019 • Code sujet : **19 LVE1 ESP** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **1,5 en Management des unités commerciales ; 1 en Assurance, Banque, Communication et Notariat**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Compréhension de l'écrit : le développement de Mr. Wonderful (1 question) **Page 3**

2. Expression écrite : communauté de marque et réseaux sociaux (2 questions) **Page 4**

3. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 6**

Sujet officiel (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E2.1 - Compréhension de l'écrit et expression écrite/2019/BTS Communication - E2.1 - Compréhension de l'écrit et expression écrite - Session 2019 - 1-Sujet.pdf

1. Compréhension de l’écrit : le développement de Mr. Wonderful

Un article de David Ramos raconte la création de Mr. Wonderful par Angi Cabal et Javier Aracil, des invitations de mariage personnalisées à la vente de produits portant leur univers graphique. Il met en lumière le rôle des réseaux sociaux, de la communauté de fans, de la diversification et de l’exportation dans le développement de l’entreprise.

Compréhension de l’écrit

Question I. Après avoir lu attentivement l’article, rédiger en français un compte rendu faisant apparaître les idées essentielles. La production doit compter 150 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Angi Cabal et Javier Aracil, fondateurs de Mr. Wonderful, se rencontrent au travail puis se marient. Angi constate que les articles de mariage proposés sont trop classiques et lance un site d’invitations personnalisées.

Leur activité s’élargit aux commandes d’identité visuelle et à divers objets. Sur Facebook, leurs dessins positifs et humoristiques deviennent viraux. Après le succès d’une tasse offerte lors d’un concours, ils créent des produits reprenant ces visuels, puis ouvrent une boutique en ligne. Leur stratégie repose sur une marque forte, la diversification et l’exportation. Ils créent d’abord un univers graphique et fédèrent une communauté avant de lancer les produits. Celle-ci rassemble 1,6 million d’abonnés sur Instagram, 1,1 million sur Facebook et 210 000 sur Twitter.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les tasses assurent 30 % du chiffre d’affaires. La diversification élargit la clientèle et les points de vente, et les produits sont exportés dans plus de vingt pays.

2. Expression écrite : communauté de marque et réseaux sociaux

À partir de l'article sur Mr. Wonderful, le candidat examine comment la communauté de followers de la marque peut devenir un vivier de clients potentiels. Il argumente également sur l'importance de la présence des entreprises sur les réseaux sociaux, en présentant les avantages et les limites de ce canal de diffusion.

Interprétation de la citation

Question 1. Expliquer en espagnol la phrase de David Ramos : « La comunidad de seguidores que ella tenía se convirtió así en un interesantísimo caladero de potenciales clientes. » Cette consigne s'intègre à une production unique de 250 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %, qui doit répondre à l'ensemble des consignes.

En esta frase, «caladero» significa que Mr. Wonderful disponía ya de una comunidad numerosa antes de vender sus productos. Sus seguidores conocían el universo de la marca, compartían sus mensajes optimistas y se identificaban con ellos. No eran simples espectadores: podían recomendar la empresa, difundir sus diseños y comprar sus artículos. Por eso constituían un «vivero» de clientes potenciales, es decir, un público cercano y receptivo que facilitaba el lanzamiento comercial. El ejemplo del texto lo demuestra: la buena acogida de una taza publicada en Facebook llevó a crear productos propios y, un año después, una tienda virtual. La comunidad permitió probar el atractivo de los diseños y convertir la popularidad digital en ventas. Más tarde, la marca diversificó su oferta y amplió su público.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Una comunidad ya interesada ayuda a difundir la marca y puede transformarse en clientela.

Présence des entreprises sur les réseaux sociaux

Question 2. Expliquer pourquoi il est aujourd'hui important pour les entreprises d'être présentes sur les réseaux sociaux. Évoquer les avantages, mais aussi les limites de ce canal de diffusion, puis argumenter et justifier les réponses en espagnol. L'ensemble des consignes doit être traité dans une production unique de 250 mots, avec une tolérance de plus ou moins 10 %.

Además, las redes sociales son importantes porque acercan las empresas a sus públicos y permiten difundir información con rapidez. Una marca puede presentar productos, anunciar novedades, responder preguntas y conocer opiniones directamente. Compartir contenidos atractivos ayuda a ganar visibilidad, reforzar una identidad y atraer clientes con una inversión menor que la de algunos medios tradicionales. El caso de Mr. Wonderful ilustra esa eficacia: sus diseños publicados en Facebook se hicieron virales y contribuyeron a crear una comunidad de seguidores; hoy cuenta con millones de seguidores en distintas plataformas.

Sin embargo, estar presente no garantiza ventas. La competencia es intensa, los algoritmos limitan el alcance y mantener publicaciones de calidad requiere tiempo y recursos. Además, una crítica o una respuesta inadecuada puede difundirse rápidamente y dañar la reputación. Por ello, las redes deben usarse con objetivos claros, escucha activa y atención rápida, como complemento de otros canales. La empresa debe también respetar la privacidad y no confundir popularidad con fidelidad o compra efectiva.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Son un canal eficaz de visibilidad y diálogo, pero requieren estrategia, recursos y gestión responsable.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2019)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve écrite d'espagnol du BTS Tertiaires, groupe 1, session 2019, porte le code 19 LVE1 ESP et dure deux heures. Le coefficient est de 1,5 en Management des unités commerciales et de 1 dans les autres spécialités indiquées. À partir de l'histoire de Mr. Wonderful, elle évalue la compréhension d'un article et l'expression argumentée sur les marques et les réseaux sociaux.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Mr. Wonderful a développé son univers de marque et sa communauté avant d'élargir son offre de produits.
- Une communauté de followers intéressée par une marque peut constituer un vivier de clients potentiels, sans garantir des achats.
- La diversification permet de toucher des publics plus variés et de multiplier les circuits de vente.
- Le compte rendu doit restituer les idées essentielles de l'article en français, sans traduction ligne par ligne.

Points de vigilance & attentes du jury

- Rédiger le compte rendu en français et l'expression écrite en espagnol.
- Respecter les longueurs : 150 mots pour le compte rendu et 250 mots pour l'expression, avec une tolérance de 10 %.
- Dans le compte rendu, hiérarchiser les idées principales de l'article et éviter les détails secondaires.
- Dans l'expression, traiter les deux consignes, argumenter et présenter des avantages ainsi que des limites des réseaux sociaux.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment expliquer que les followers deviennent des clients potentiels ?

Les followers connaissent déjà l'univers et les produits de la marque. Leur intérêt peut faciliter la diffusion des nouveautés et encourager certains achats, mais un abonnement ne signifie pas automatiquement que la personne deviendra cliente.

Q : Quels avantages et quelles limites des réseaux sociaux peut-on évoquer ?

Ils donnent de la visibilité, permettent de diffuser rapidement des contenus et favorisent les échanges avec le public. La concurrence pour attirer l'attention, les réactions négatives et l'incertitude des ventes sont aussi des limites à discuter.

Q : Comment gérer le temps et les longueurs demandées pendant l'épreuve ?

L'épreuve dure deux heures et comporte deux parties notées chacune sur dix points. Répartissez le temps entre lecture, rédaction et relecture, puis vérifiez les plages de 135 à 165 mots et de 225 à 275 mots.

Q : Quels critères de notation sont explicitement indiqués dans le sujet ?

Le sujet attribue dix points à la compréhension de l'écrit et dix points à l'expression écrite. Il demande les idées essentielles, le respect des langues et des longueurs précisées, ainsi qu'une argumentation justifiée pour l'expression.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bts-com.fr/assets/annales/bts-communication/E2.1 - Compréhension de l'écrit et expression écrite/2019/BTS Communication - E2.1 - Compréhension de l'écrit et expression écrite - Session 2019 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Communication : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.