

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE Examen : Bac Professionnel Spécialité : NOM : Prénoms : Académie d'inscription :		N d'inscription : Repère de l'épreuve
Examen : Bac Professionnel Spécialité :		Repère de l'épreuve

Il est interdit aux candidats de signer leur copie ou d'y mettre un signe quelconque pouvant indiquer la provenance de la copie (ainsi que sur tout document joint à la copie)

à Le candidat composera sur ce document et remettra l'ensemble du document en fin d'épreuve.

Aucune copie complémentaire n'est nécessaire.

à L'utilisation des calculatrices est interdite.

à L'utilisation du dictionnaire bilingue est autorisée.

BARÈME		Colonne réservée au correcteur
Partie 1	Compréhension écrite sur 12 points	
Partie 2	Compétence linguistique sur 4 points	
Partie 3	Expression écrite sur 4 points	

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		
Session 2000		
SECTEUR TERTIAIRE	Épreuve écrite de langue vivante PORTUGAIS	
Durée : 2 heures		Coef : 2
Repère : Publicidade aqui nao.doc	Ce sujet comporte 5 pages	Page 1/5

Lisez très attentivement le texte ci-dessous.

PUBLICIDADE AQUI NÃO !

Quantas vezes não chegou a casa, abriu a caixa do correio, e teve vontade de espancar⁽¹⁾ quem lhe atafulhou⁽²⁾ o reduzido espaço destinado à correspondência, com mensagens comerciais ? Os especialistas em marketing designam as mensagens publicitárias colocadas nas caixas de correio sob o título pomposo de *direct marketing*. Mas será assim tão directo ? Pense dois minutos. Quantos desses folhetos, você já leu ? 05 Poucos ? Então você não está sozinho. É que há cada vez mais pessoas a protestar contra o lixo publicitário não endereçado, que ninguém pediu nem autorizou... O problema assumiu proporções verdadeiramente preocupantes, que conduziram a um movimento que alastrou um pouco por toda a Europa. As caixas de correio começaram a ser decoradas com autocolantes, com mensagens claras dos proprietários que não queriam receber publicidade, e a moda pegou. Agora é a vez de Portugal. O ministro José Sócrates levou a Conselho de Ministros uma proposta de regulamentação. A proposta de lei foi aprovada e é clara. Os consumidores terão direito a não receber publicidade, desde que afixem um autocolante na sua caixa de correio...

E tanto a fiscalização como a instrução dos processos passa a caber ao instituto do consumidor... Os últimos estudos revelam que, para serem eficazes, as mensagens publicitárias têm que ser directas, quase pessoais. O marketing directo tentou solucionar esta necessidade, mas os excessos começaram e, nalguns casos, em vez das campanhas atraírem clientes, afastavam-nos. É que ninguém pode ficar contente quando abre a caixa do correio e vê 70 ou 80 folhetos iguais do mesmo supermercado. 20

Mário São Vicente. In *Marketing e publicidade*,
n 2, Junho 1998 p. 80 e 82 (adaptação)

(1) espancar : battre

(2) atafulhar : encombrer/"bourrer"

NE RIEN INSCRIRE DANS CETTE PARTIE

I - COMPRÉHENSION (12 points)

Après avoir lu le texte, répondez en français aux questions suivantes :

1) Quel problème soulève l'auteur de ce texte ?

.....
.....

2) Quelles sont les premières réactions des gens en ouvrant leur boîte aux lettres ?

.....
.....
.....
.....

Quelle ampleur a pris ce problème et comment les gens ont-ils réagi ?

3)

.....
.....
.....
.....

Quelle sorte de mesure a été prise par le gouvernement portugais et en quoi consiste-t-

4)

elle ?

.....
.....
.....
.....
.....

Quelle est l'instance chargée de contrôler cette nouvelle mesure ?

5)

.....
.....

6) Pourquoi ce type de campagne publicitaire n'atteint-il pas ses objectifs ?

.....

.....

.....

.....

7) Traduisez en français la phrase suivante : "Os últimos estudos revelam ... quase pessoais" (lignes 16 et 17)

.....

.....

.....

.....

II - EXPRESSION (8 points)

A - COMPÉTENCE LINGUISTIQUE (4 points)

1) Vous êtes chargé par l'Institut National des Consommateurs de rédiger le texte d'un autocollant destiné à être fixé sur les boîtes aux lettres. Complétez les phrases en suivant le modèle.

Exemple : (Colaborar) Colabore conosco !

- a) (Ter) cuidado !
- b) (Respeitar) a legislação !
- c) Não (meter) folhetos publicitários nesta caixa.
- d) (Contribuir) assim para a resolução do problema do lixo publicitário.

NE RIEN INSCRIRE DANS CETTE PARTIE

2) Vous recevez une publicité d'une entreprise de vente par correspondance et vous rédigez le bon de commande. Les prix doivent apparaître en toutes lettres et en euros.

Exemple : Queiram enviar-nos dez pares de calças por um valor de 450 €

(quatrocentos e cinquenta euros)

- a) 15 vestidos de senhora num total de (975 €)
.....
- b) 50 pares de ténis num total de (1626 €)
.....
- c) 75 camisas, num total de (1900 €)
.....
- d) 10 gravatas num total de (183 €)
.....

B - PRODUCTION PERSONNELLE SEMI-GUIDÉE (4 points)

A seu ver, para o consumidor, quais podem ser as vantagens do "Direct marketing" ?
Argumente e ilustre apoiando-se na sua própria experiência. (10-15 lignes)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....