







# DCL PORTUGAIS

Diplôme de Compétence en Langue

Mercredi 22 mai 2013



# Mise en situation et Dossier documentaire pour le candidat

	Mise en situation	Page 2
 document 1	E-mail exposant le cahier des charges	Page 3
 document 2	Carte <a href="http://apcor.pt/artigo/505.htm">http://apcor.pt/artigo/505.htm</a> (adaptation)	Page 4
 document 3	Cortiça, moda e ecologia <a href="http://mercadoetico.terra.com.br/">http://mercadoetico.terra.com.br/</a> (adaptation)	Page 5
 document 4	Rutz: calçados em cortiça à conquista do mercado asiático <a href="p3.publico.pr">p3.publico.pr</a> (adaptation)	Page 6
 document 5	Tendências e outras aplicações da cortiça <a href="http://www.apcor.pt/userfiles/File/Publicacoes/Manual_MCD_PT.pdf">http://www.apcor.pt/userfiles/File/Publicacoes/Manual_MCD_PT.pdf</a> (adaptation)	Page 7
 document 6	Corticeira Amorim Público, Sábado 25 fevereiro 2012	Page 8

## Mise en situation

Vous êtes P. NOYER, journaliste stagiaire à TV Globo, chaîne brésilienne.

Dans le cadre de la préparation d'une émission, vous êtes chargé(e) par A. PEREIRA, réalisateur/trice de l'émission *NATURA 21*, de vous informer sur le liège et ses dérivés.

En effet, la Foire Internationale de São Paulo (Brésil) qui aura lieu en décembre 2013 mettra l'accent sur les produits d'origine naturelle, recyclables, respectueux de l'Environnement...

Afin de mieux faire connaître le liège aux Brésiliens lors d'une émission, vous chercherez des informations sur ses caractéristiques, ses applications et sur les entreprises traditionnelles ou pionnières.

*Vous devrez respecter le cahier des charges qui vous est adressé par e-mail (document 1 du dossier documentaire).*

Vous téléphonerez ensuite à L. CARVALHO chargé(e) des Relations Extérieures de l'APCOR (Associação Portuguesa de Cortiça), association qui représente et qui développe le secteur du liège, pour lui présenter l'état de vos recherches et échanger avec lui sur l'avenir de cette filière au Brésil.

Vous présenterez les éléments d'information recueillis dans une note rédigée à l'attention de A. PEREIRA. Dans cette note, vous justifierez l'intérêt et la pertinence du thème de l'émission envisagée.

### **La finalité de votre tâche**

En phase 3, vous devez présenter votre rôle et votre mission et faire état de l'avancement de votre réflexion.

En phase 4, une information nouvelle sera proposée par votre interlocuteur. Cette dernière vous permettra d'affiner votre choix.

En phase 5, vous rédigerez une note à l'attention de A. PEREIRA, réalisateur/trice de l'émission, dans laquelle vous présenterez l'intérêt du thème de l'émission en argumentant.

### **Les moyens pour y parvenir**

Les phases 1 (documents imprimés) et 2 (vidéo et support sonore) vont vous permettre de construire la discussion avec L. CARVALHO, chargé(e) des Relations Extérieures de l'APCOR (Associação Portuguesa de Cortiça).

 **Document 1 : E-mail**

De: A. Pereira

**Objet :** *preparação do programa sobre a cortiça*

À: P. Noyer

Prezado(a) colaborador(a),

Lembramos os requisitos a respeitar para cumprir a sua missão:

1. Apresentação do produto (por exemplo: origem, exploração...).
2. Valorização como matéria prima (por exemplo: características, vantagens...).
3. Diversificação dos produtos derivados (por exemplo: uso, aplicações...).
4. Relação com a Natureza (ambiente, homem).

Atentamente,

A. Pereira,

Realizador(a) do programa NATURA 21



Document 2 : **REGIÕES ONDE CRESCEM OS SOBREIROS**



<http://apcor.pt/artigo/505.htm> (adaptação)

**TOURNEZ LA PAGE**

 **Document 3 :**

## CORTIÇA, MODA E ECOLOGIA

### Mercado Ético

Foi-se o tempo em que cortiça servia apenas para fazer rolha para garrafas de vinho ou mural de



parede para pendurar fotos e recados. Com características como elasticidade, compressibilidade e flexibilidade, parecia óbvio que mais cedo ou mais tarde iria se descobrir diferentes usos para esse material. E não deu outra, mais recentemente a indústria da moda e design encontrou requinte e sofisticação na casca da árvore sobreiro, o que lhe empresta ainda um status de ser ecologicamente correta.

Portugal é o país que mais se destaca nesse novo segmento. Não é para menos. O país é o maior produtor de

cortiça do mundo, dominando 50% de todo o mercado. O sucesso é tanto, que o conceituado Troféu de Melhor Empresária da Europa 2011, concedido pelo Parlamento Europeu em conjunto com o Conselho Europeu das Mulheres Empresárias, foi para Sandra Correia, presidente da Pelcor, uma empresa de cortiça da região do Algarve. “Este prêmio abre novas portas para a cortiça e é um caso de motivação e orgulho para Portugal”, comemorou ela ao receber a premiação.

A exemplo da Pelcor, outras companhias da área também passam a investir em outras utilidades para a cortiça. Não é para menos. De acordo com António Rios de Amorim, presidente da Associação Portuguesa de Cortiça (APCOR), entidade que representa e promove o setor, as áreas de materiais de construção, juntamente com decoração e design têm um potencial de crescimento que pode representar um mercado de mais de 50 milhões de euros.


### A árvore de Portugal e a sustentabilidade

O sobreiro, árvore da qual é extraída a cortiça, tornou-se oficialmente um símbolo para os portugueses. Em dezembro, o parlamento aprovou um Projeto de Resolução que institui a espécie como Árvore Nacional de Portugal.

O título é merecido. Segundo o Inventário Florestal Nacional, o sobreiro ocupa uma área de aproximadamente 716 mil hectares e as atividades ligadas a ele representam 3% do PIB do país.

Mais do que isso, como revela um estudo da WWF, organização não governamental de conservação ambiental, as florestas de sobreiro contribuem para a manutenção da biodiversidade, impedindo a desertificação – principalmente ao sul de Portugal –, e servindo também de habitat para espécies ameaçadas de extinção, como o lince ibérico e a águia-imperial ibérica.

A resolução que institui o sobreiro como Árvore Nacional de Portugal assinala que “o montado (área florestada) e a cortiça demonstram como um sistema agro-silvo-pastoril tradicional pode ser sustentável, preservar os solos e, desse modo, contribuir para evitar a desertificação e conseqüente despovoamento/desordenamento do território”.

 Document 4 :

## RUTZ: CALÇADO EM CORTIÇA À CONQUISTA DO MERCADO ASIÁTICO

O calçado para mulher em cortiça da marca **Rutz** entrou já em Macau com o início das primeiras exportações para este mercado asiático, avançou esta quinta-feira a empresa portuguesa. “A marca de sapatos femininos Rutz está já em Macau para onde iniciou as primeiras exportações em parceria com uma empresa local”, afirmou à agência Lusa a directora-executiva da empresa, Raquel Castro. (...)

“A aceitação da marca tem sido muito boa e os primeiros contactos internacionais já se iniciaram (...)” garantiu à Lusa Raquel Castro, que é também sócia fundadora da empresa. Em Portugal, a marca Rutz está a ser vendida em 17 lojas pertencentes a terceiros e a nível internacional, além de ter iniciado a exportação para Macau, “está avançada” nas negociações com o Canadá, salientou.

### Reinventar a cortiça




“Nós mandamos fabricar os sapatos numa fábrica em Oliveira de Azeméis que tem capacidade para responder à procura. Temos a ideia e o conceito e pretendemos apaixonar as mulheres pela reinvenção da cortiça, introduzindo cor e design num calçado urbano, sexy, jovem e sofisticado”, realçou.

A empresa criou uma loja na Internet para ter “um canal de distribuição com vista a promover as exportações, aumentar a visibilidade da marca nos mercados externos e poder mais facilmente vender e chegar aos clientes”, explicou. Contudo, realçou que a Rutz quer “crescer de forma sustentada e não massificada”.

“O nome Rutz remete-nos para ‘roots’, as nossas raízes, origens e tradições portuguesas, que serão o mote de inspiração para as diversas coleções”, explicou. Além disso, “Rutz mostra-nos routes, as rotas ou caminhos que traçamos rumo a um futuro melhor: a escolha do material, ‘eco-friendly’, a preocupação com a leveza e conforto”, salientou. Em termos genéricos a Rutz pretende reunir conceitos à partida antagónicos, “passado e futuro, tradição e modernidade, fruto de uma tendência bem actual: rurbanism”, concluiu.

*p3.publico.pr (adaptação)*

 Document 5 :

## TENDÊNCIAS E OUTRAS APLICAÇÕES DA CORTIÇA

A cortiça caracteriza-se, como um material eco-eficiente, com um ciclo de vida completo, no qual os resíduos do processo de fabricação são reutilizados como biomassa para a produção de novos produtos.

A cortiça é um material 100% natural, reutilizável e reciclável. Os sobreiros possuem características únicas que permitem uma notável fixação de CO<sub>2</sub>. Estima-se que a floresta de sobreiros fixa até 14 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> por ano.

Porque não há futuro sem pessoas, a indústria da cortiça é um verdadeiro pilar social, ambiental e económico para milhões de habitantes da bacia mediterrânica ocidental. Graças ao Montado e aos produtos de cortiça é possível demonstrar que o desenvolvimento sustentável não tem de ser uma utopia.

### 1- CONSTRUÇÃO CIVIL

A cortiça possui características únicas que a tornam num material excelente para a utilização na Construção Civil e Decoração. É 100% natural, de fonte renovável e possui propriedades físicas notáveis como: isolante térmico, acústico e anti-vibrático. Além disso, destaca-se pela sua leveza, elasticidade, impermeabilidade a líquidos e gases e é resistente à compressão.

### 2 - DESIGN

A busca de materiais ecológicos e naturais pelos arquitetos, designers e decoradores levaram-nos a redescobrir a cortiça e possibilitaram a concepção de uma variedade de produtos de decoração com diferentes texturas, tons e cores, abrindo um leque para criação de novos ambientes.

### 3- INDÚSTRIA AEROESPACIAL


Um tipo de granulado de cortiça é utilizado nos foguetões da NASA. Este material é empregue nos propulsores e atua como agente isolador de altas temperaturas.

### 4- INDÚSTRIA AUTOMÓVEL

Embora a cortiça já seja usada na indústria automóvel em juntas (cabeça do motor, caixa de velocidades, etc.) e em pisos de transportes públicos, foram estudadas aplicações de produtos de cortiça no interior do habitáculo, por exemplo, em apliques, nos punhos do travão de mão e da alavanca de velocidades, no revestimento do volante e tablier, etc. Um exemplo desta utilização é o protótipo modelo F700, da Mercedes Benz.

*[http://www.apcor.pt/userfiles/File/Publicacoes/Manual\\_MCD\\_PT.pdf](http://www.apcor.pt/userfiles/File/Publicacoes/Manual_MCD_PT.pdf) (adaptação)*

**TOURNEZ LA PAGE**

 Document 6 :

## CORTICEIRA AMORIM

Desde os anos 1960 que a Corticeira Amorim fornece a matéria que a NASA usa nas suas naves, numa espécie de anilhas, que não desiludem quando entram ou saem da atmosfera.

O gigante brasileiro da aeronáutica Embraer substituiu materiais derivados do petróleo por cortiça em bancos e painéis de jatos executivos.

Há bancos com o interior em cortiça em comboios e autocarros e há estruturas em forma de paralelepípedos que assentam nos carris de comboios e metros em São Paulo, Amsterdão, Haia, Roterdão, Nantes e Lima, proporcionando durabilidade e suavidade nos rolamentos, menos ruído e mais conforto.

O dono dos melhores caiaques do mundo sabe que assim é. Há cerca de seis anos, Manuel Ramos dos caiaques Nelo, produzidos em Vila do Conde, bateu à porta da Corticeira Amorim. Queria substituir o material responsável pela rigidez estrutural por um produto nacional. Os testes duraram um ano e o empresário confirmou que tinha feito uma boa opção. A cortiça começou a fazer parte do interior dos seus caiaques, por entre os tecidos de carbono, que tantas medalhas têm conquistado em competições olímpicas. “A cortiça tem uma memória elástica que mesmo depois de muitos choques mantém a forma”, diz Manuel Ramos.

As opções da *designer* Ana Mestre também não se desligam desse material, que é a raiz da Corque Design, marca de mobiliário e acessórios em cortiça que criou em 2009.

A Simple Forms Design, instalada no Porto, é um projeto a quatro mãos dos *designers* Carlos Mendonça e Alzira Peixoto que decidiram levar a cortiça a sério. Juntos criaram uma linha de banho com lavatório, saboneteiras e tapetes. A coleção foi apresentada na Bélgica em 2004 e começou a ser comercializada dois anos depois. “A cortiça confere uma sustentabilidade inacreditável com um toque e capacidade de transformação incríveis”, diz Alzira Peixoto.

*Público*, Sábado 25 fevereiro 2012  
(adaptação)