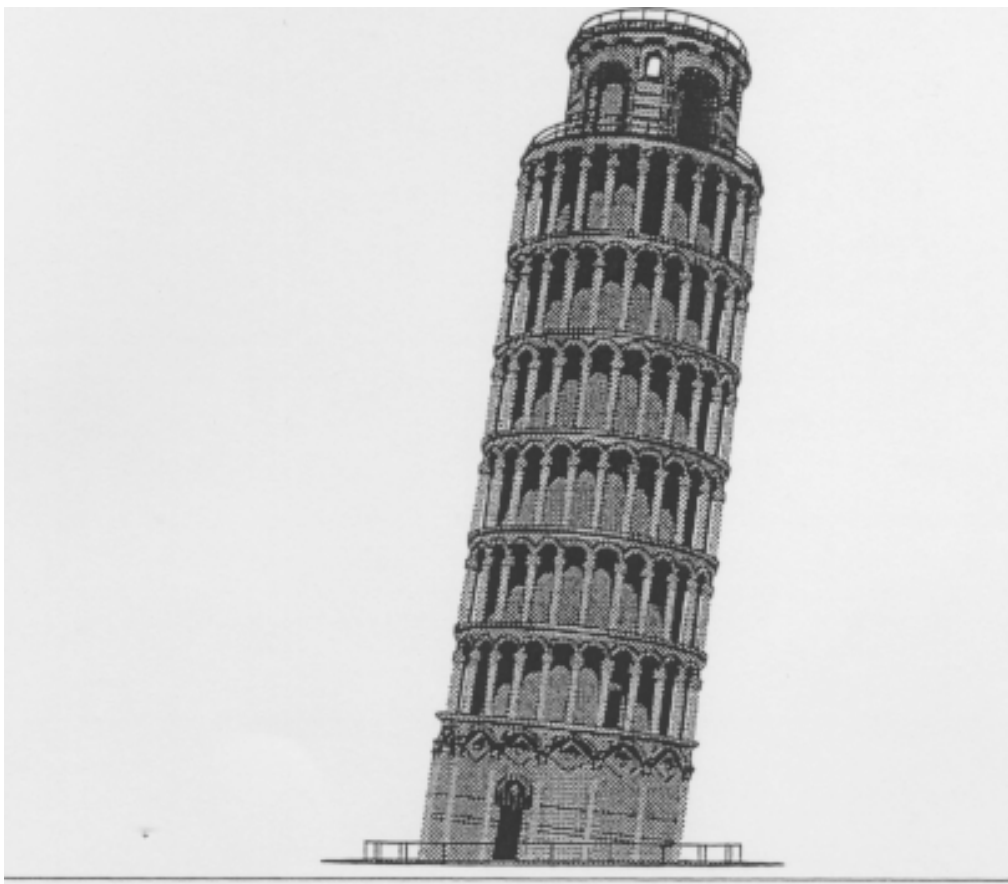


ITALIENISCH IM GESPRÄCH

14. TEIL

Reife- und Diplomprüfung 2008/2009

12332



MEDIENBEGLEITHEFT zur Audio-CD
52 Minuten, Produktionsjahr 2008

◀ **CD Track 1** **VORWORT**

Die vorliegende CD ist der **14. Teil** der Reihe **«Italienisch im Gespräch»**. Die Prüfungsaufgaben beziehen sich auf den Lehrplan von HAK und HUM. Sie sind durchgehend praxisorientiert und gehen jeweils von einer beruflichen Kommunikationssituation aus, die für österreichische Lerner wahrscheinlich ist. Damit erfüllen sie die Zielsetzungen der BHS. Außerdem ist jede Aufnahme durch Arbeitsaufträge ergänzt.

Inhalt der CD

- Track 1 – Titel
- Track 2 – Presentazione di un'azienda austriaca
- Track 3 – Presentazione di un albergo austriaco
- Track 4 – Presentazione di un prodotto – le lampade
- Track 5 – Offerta per un soggiorno in una stazione termale austriaca
- Track 6 – La fornitura non corrisponde all'ordine
- Track 7 – Reclamare per un servizio non prestato
- Track 8 – Le spese delle famiglie austriache
- Track 9 – Il caro-vita – Colloquio con una madre austriaca
- Track 10 – Cambiamenti climatici
- Track 11 – I cambiamenti climatici e le loro conseguenze
- Track 12 – Inchiesta della Cooperativa Mercato Equo e Solidale
- Track 13 – Commercio equo e solidale

Die Reifeprüfungskassette soll eine Arbeitserleichterung bringen. Wir hoffen, dass dies gelungen ist, und wünschen allen BenutzerInnen eine angenehme und erfolgreiche Vorbereitung der Reife- und Diplomprüfung.

SprecherInnen: Monica Giovinazza, Silvia Dalla Pietà, Angelo Caruso

Musik: Franz Liszt: Canzonetta del Salvator Rosa, interpretiert von Francesca Cardone

◀ **CD Track 2**

REGISTRAZIONE N° 1

Presentazione di un'azienda austriaca (1)

Situazione

Paola De Rossi è la direttrice di una catena di negozi d'abbigliamento italiana e vuole avviare una collaborazione con l'azienda tessile austriaca *Textilia*. Decide di incontrare Markus Forster, responsabile delle vendite austriaco, per conoscere meglio l'azienda.

PI = Paola De Rossi

MF = Markus Forster

PI: Piacere di conoscerLa signor Forster. Sappiamo che la Sua impresa negli ultimi anni ha avuto un notevole successo sul mercato internazionale. Siamo curiosi di conoscere meglio i vostri prodotti.

MF: Sono contento che la nostra fama sia arrivata anche in Italia. La nostra in origine era una piccola azienda familiare, ma, è vero, negli ultimi anni abbiamo avuto parecchio successo nelle vendite e ci siamo internazionalizzati.

PI: Siete un'impresa giovane?

MF: Mah, guardi, l'azienda è stata fondata nel 1950 da Gertrude e Franz Hüber. All'inizio facevano soltanto piccoli lavori di maglieria per clienti privati. Poi poco per volta hanno fondato un'azienda che ha cominciato a produrre abbigliamento di tessuto follato. Il debutto a livello internazionale è avvenuto nel 1984, quando abbiamo partecipato alla mostra del prêt-à-porter a Parigi. Fu un grande successo. Da quel momento abbiamo incominciato a vendere anche all'estero.

PI: Quindi le vostre radici sono in prodotti e materiali tipicamente austriaci, se ho ben capito?

MF: Sì, senz'altro. Ma ultimamente abbiamo cercato di europeizzare di più il nostro abbigliamento e di sviluppare dei modelli che, partendo dalla tradizione austriaca, si ispirano anche alla moda italiana ed ai suoi stilisti.

PI: Abbiamo sentito parlare molto bene dei vostri prodotti e saremmo interessati a distribuirli anche in Italia. Che cosa produceate concretamente?

MF: Dunque, fundamentalmente tessuti follati, maglieria, pantofole in lana. Tutto finemente lavorato. La nostra è una produzione ancora quasi artigianale. Ogni singolo capo d'abbigliamento viene attentamente controllato a mano da un nostro collaboratore.

PI: Gli italiani soggiornano sempre più spesso in Austria e molti dei nostri clienti ci richiedono i vostri prodotti. Ma verso quali Paesi esportate?

MF: In Europa i nostri maggiori Paesi d'esportazione sono la Germania, la Russia e la Polonia. Ovviamente, saremmo molto contenti di iniziare una collaborazione con voi ed esportare anche in Italia. I nostri prodotti vanno molto forte anche in Giappone, Corea e Taiwan.

- PI: Ma dica, la lana dei vostri prodotti è austriaca?
- MF: Solo in piccola parte, signora. Ogni anno lavoriamo più di 500 tonnellate di lana e Lei capisce che i contadini austriaci non potrebbero mai soddisfare la nostra richiesta.
- PI: E allora?
- MF: Il Paese che ci fornisce la lana è l'Australia, un continente che conta 160 milioni di pecore. La nostra produzione è assicurata per anni!
- PI: Certo, certo. E concretamente, quanti stabilimenti e quanti dipendenti contate?
- MF: Abbiamo quattro stabilimenti: due in Tirolo, uno nel Salisburghese e uno in Carinzia. Complessivamente sono 350 le persone che lavorano per noi.

REGISTRAZIONE N° 1

Presentazione di un'azienda austriaca (2)

- PI: Pensate di espandere ancora la produzione nei prossimi anni?
- MF: Sì, ma in modo moderato. Il mercato internazionale è sempre un rischio e poi attualmente c'è il pericolo di una recessione. Aumenteremo le nostre attività, ma senza fare pazzie.
- PI: Vedo che pensate in modo abbastanza tradizionale. Esattamente come noi. Penso che potremo fare grandi cose insieme.
- MF: Lo penso anch'io, signora. Guardi intanto Le regalo questo bellissimo maglione in lana. E' un omaggio della nostra azienda.
- PI: Oh... ma è bellissimo! Grazie. E ora parliamo di affari!

S: Presentazione di un'azienda austriaca

Situazione

Paola De Rossi è la direttrice di una catena di negozi d'abbigliamento italiana e vuole avviare una collaborazione con l'azienda tessile austriaca *Textilia*. Decide di incontrare Markus Forster, responsabile delle vendite austriaco, per conoscere meglio l'azienda.

Compito

1. Ascolta la registrazione e annota le informazioni che si riferiscono alla ditta *Textilia*.
2. Ora devi fare la parte del signor Markus Forster e presentare l'impresa *Textilia* a un gruppo di clienti italiani che visitano lo stand alla *Fiera dell'Alpinismo* di Torino.

Utilizza tutte le informazioni che hai annotato.

La tua/il tuo insegnante assumerà il ruolo di uno dei clienti italiani e ti farà qualche domanda

VOCABOLARIO: *tessuto follato = Walkloden*

PUNTI DA RILEVARE

- La situazione attuale:
- Le origini:
- La fondazione / i fondatori:
- La produzione dei primi tempi:
- L'evento del 1984 e le conseguenze:
- Lo stile dei modelli all'inizio – oggi:
- La produzione – la qualità:
- Le esportazioni:
- L'origine della lana utilizzata nella produzione:
- Gli stabilimenti / i dipendenti:
- Progetti di espansione:
- Filosofia dell'impresa:

◀ CD Track 3 **REGISTRAZIONE N° 2:** **Presentazione di un albergo austriaco**

Situazione

La signora Paola Antonelli è impiegata presso il tour operator *Viaggi Sereni* ed ha visionato svariati alberghi a Vienna perché l'agenzia ha intenzione di ampliare la propria offerta. Di ritorno a Milano ha un colloquio con il suo capo per comunicargli le impressioni ricavate dalle visite.

PA = Paola Antonelli

S = Superiore

- S: Buongiorno signora Antonelli. Sono lieto di rivederLa. Ha fatto buon viaggio? E soprattutto... porta buone notizie?
- PA: Direi di sì. Intanto il viaggio è stato molto piacevole e poi ho visto davvero parecchi alberghi che farebbero al caso nostro.
- S: Molto bene. Sapevo che di Lei potevo fidarmi. Quale di questi sarebbe più adatto per la nostra clientela?
- PA: Direi l'*Hotel Mozart*. E' un quattro stelle situato proprio nel centro di Vienna e permette ai turisti di raggiungere i monumenti più celebri dopo una passeggiata di una decina di minuti. Se a qualcuno non piace camminare, può sempre prendere l'autobus o il tram. Un bel vantaggio.
- S: Ma il quartiere com'è?
- PA: E' una zona che definirei residenziale, calma ed elegante, con una certa grazia viennese.
- S: Dunque da questo punto di vista ci siamo. Non dobbiamo dimenticare che i nostri clienti desiderano un certo comfort.
- PA: Esattamente. Vuole che scenda nei dettagli e Le descriva l'albergo?
- S: Prego. Dica pure.
- PA: Dunque, l'*Hotel Mozart* è un albergo abbastanza grande, dispone di 150 camere. L'immobile risale al XIX secolo ed è molto bello, le camere sono state completamente ristrutturate poco tempo fa. Sono spaziose e arredate con gusto e raffinatezza. I bagni sono tutti provvisti di doccia e vasca idromassaggio. Ogni camera dispone di televisore, ovviamente dotato di impianto satellitare. In questo modo i nostri clienti possono guardare i principali canali televisivi italiani, pubblici e privati. Ogni camera risponde agli standard internazionali, ha un minibar, un telefono e un accesso internet a banda larga.
- S: Interessante... considerando che i viaggi d'affari aumentano e tutti hanno il loro portatile nella borsa.
- PA: Proprio così. E poi c'è un'altra cosa che mi è piaciuta di questo albergo, ovvero la possibilità di organizzare dei grandi incontri. Vi sono sette sale per convegni e conferenze: cinque possono ospitare fino a dieci persone, una ne ospita una cinquantina e l'ultima addirittura 120. Sono entrata in tutte ed ho visto che sono ben arredate e dotate di tutti i mezzi tecnici più moderni.

S: Benissimo! E per quanto concerne la ristorazione?

PA: Dunque, a colazione vi è il classico buffet. Però anche il pranzo viene offerto in forma di buffet davvero ben assortito con specialità della cucina regionale ed internazionale, con piatti dietetici e vegetariani.

S: Che cosa mi può dire del personale?

PA: Il personale è molto gentile e premuroso nei confronti degli ospiti. La maggior parte dei collaboratori parlano anche italiano.

S: Bene signora Antonelli, sono sicuro che ha trovato un albergo che piacerà sicuramente ai nostri clienti. La prego di fare tutto il possibile per inserirlo nel nostro programma.

S: Presentazione di un albergo

Situazione

La signora Paola Antonelli è impiegata presso il tour operator *Viaggi Sereni* ed ha visionato svariati alberghi a Vienna perché l'agenzia ha intenzione di ampliare la propria offerta. Di ritorno a Milano ha un colloquio con il suo capo per comunicargli le impressioni ricavate dalle visite.

Compito

1. Ascolta la conversazione ed annota tutti i dettagli che riguardano l'*Hotel Mozart*.
2. Ora presenta tu l'*Hotel Mozart*. Per la tua presentazione utilizza gli appunti che hai preso e le indicazioni sottostanti. Il tuo professore o la tua professoressa assumerà il ruolo del cliente e ti porrà delle domande.

WEITERE INFORMATIONEN ÜBER DAS *HOTEL MOZART*

Preis:	€ 120 – € 280
Zahlungsmöglichkeiten:	alle gängigen Kreditkarten werden akzeptiert
Für Reisebüros:	Preisnachlässe für Gruppen verhandelbar
Kinderunterbringung:	bis 12 Jahre im Zimmer der Eltern gratis
Parkplatz:	in der Nähe
Anreise:	Eigenes Shuttleservice zu Bahnhöfen und Flughafen

Das Hotel hat einen bebilderten Faltprospekt mit allen Informationen.

Es gibt eine ausführliche Webseite.

◀ **CD Track 4**

REGISTRAZIONE N° 3

Presentazione di un prodotto – le lampade

Situazione

Lavori nel reparto vendite ed esportazioni del produttore austriaco *Riemel*. L'azienda produce articoli in vetro. In questo momento *Riemel* ha uno stand al Salone Internazionale dell'Arredamento che si svolge a Firenze. In questa occasione un tuo collega presenta la nuova collezione di lampade.

Testo della presentazione

Signore e signori buongiorno. Mi fa piacere vedere che c'è così tanto interesse intorno alle nostre lampade. Vi presenterò in dettaglio qualche modello della nostra nuova collezione. Dunque, come voi saprete la nostra azienda è ben rappresentata sul mercato nazionale perché tutti i nostri prodotti sono di ottima qualità ed indirizzati ad una clientela esigente. Anche la nostra nuova collezione è stata pensata secondo questa filosofia.

Questo, per esempio, è un modello tradizionale molto elegante: la lampada si chiama "Sole luminoso". Il paralume è a forma di cilindro. Abbiamo solo utilizzato due colori: il marrone ed il beige. A metà del paralume vedete un sole stilizzato che attira l'attenzione. La lampada produce una luce molto dolce e piacevole agli occhi. E' proprio una luce così discreta che favorisce il riposo e crea un'atmosfera intima. Grazie al marrone ed al beige, questa lampada si adatta perfettamente agli interni arredati in stile tradizionale. Aggiungo ancora qualche dettaglio tecnico: l'altezza totale è di 50 cm e la larghezza di 25 cm, la base è di legno e si possono utilizzare delle lampadine da 75 watt.

La nostra serie "Lampade-fiori", invece, è di tutt'altro genere: Sono lampade a forma di fiore di notevole successo. Ve ne presento due. Il primo modello si chiama "Tulipano arancione". Come vedete è una lampada a forma di tulipano stilizzato. Il suo paralume in cotone arancione e bianco riposa su una base di quattro foglie stilizzate e in verde chiaro. Proprio questa combinazione di arancio vivo, di bianco e di verde chiaro ricorda i colori della primavera. Questa serie di lampade è destinata soprattutto a persone che desiderano creare dei punti colore nei loro appartamenti. L'altezza totale della lampada è di 65 cm e la larghezza del paralume è di 30 cm. Base e paralume hanno lo stesso colore.

Qui davanti a me vedete un altro modello della serie "Lampade-fiori". E' l'articolo "Tulipano in vaso". E' molto più piccolo. Come vedete, anche questa lampada rappresenta un tulipano arancione e giallo, ma il gambo è praticamente una spirale e la base è un vaso. Questo modello non misura che 30 cm in totale e permette di creare macchie di colore in un locale di piccole dimensioni.

E per terminare vi faccio vedere un modello molto più futurista, il modello "Arcobaleno". E' una lampada interamente in vetro colorato. Ha la forma di un parallelepipedo. I suoi colori vivaci, ovvero il rosso, il blu, il giallo, il verde e così via attirano immediatamente l'attenzione. Rimanda ai colori dell'arcobaleno e crea un'atmosfera moderna e sofisticata. La sua altezza è di 40 cm e potete utilizzare delle lampadine da 60 watt.

Per quanto riguarda il prezzo, ecco la nostra lista: il prezzo del modello "Sole luminoso" è di 375 euro, il modello "Tulipano arancione" costa 620 euro, il modello "Tulipano in vaso" costa 440 euro e il prezzo del modello "Arcobaleno" è di 790 euro.

S: Presentazione di un prodotto - le lampade

Situazione

Lavori nel reparto vendite ed esportazioni del produttore austriaco *Riemel*. L'azienda produce articoli in vetro. In questo momento *Riemel* ha uno stand al Salone Internazionale dell'Arredamento che si svolge a Firenze. In questa occasione un tuo collega presenta la nuova collezione di lampade.

Compito

1. Ascolta la presentazione e annota la descrizione delle differenti lampade: forma, colore, materiale, misure e prezzi.
2. Improvvisamente si avvicina una cliente. Non ha partecipato alla presentazione e ti domanda di ripeterla per lei.
3. Alla cliente piace moltissimo la nuova collezione di lampade. S'informa in modo particolareggiato sulle condizioni di vendita.

Ecco le consegne che hai ricevuto dal tuo superiore. Spiegale alla vostra cliente. Il tuo / la tua insegnante assumerà il ruolo della cliente.

MUSTER

- ☒ Gratismuster sind nur bei einer Bestellung ab 80 Stück einer Lampe möglich.
- ☒ Ab einer Bestellung von 10 Stück einer Lampe:
Kunde kann eine zusätzliche Lampe für seinen Ausstellungsraum zum halben Preis kaufen.
- ☒ Bei einer Bestellung von insgesamt 80 Stück verschiedener Modelle erhält Kunde eine Lampe seiner Wahl als Muster.
- ☒ Stammkunden erhalten ein Gratismuster für ihren Ausstellungsraum ab einer Bestellung von 40 Lampen.

SONDERKONDITIONEN

Erstbestellungen

- ▶ Für jede Bestellung : 2 % Sonderrabatt
- ▶ Für Erstbestellungen ab 40 Stück: 6 % Preisnachlass + 2% Sonderrabatt
- ▶ Stammkunden: 8 % Sonderrabatt für jede Bestellung

Große Bestellungen

- ▶ Bei Bestellung von 10 – 15 Stück von jeder Lampe: 8 % Sonderrabatt
- ▶ Bei Bestellungen ab 20 Stück von jeder Lampe : 10 % Sonderrabatt

Le lampade presentate nella registrazione

Modello SOLE LUMINOSO



Modello TULIPANO ANRANCIONE



Modello TULIPANO IN VASO



Modello ARCOBALENO



◀ **CD Track 5**

REGISTRAZIONE N° 4

Offerta per un soggiorno in una stazione termale austriaca

Situazione

Franco Mannaia è un giovane programmatore di Udine che ha molto lavoro e si sente parecchio stressato. Decide di informarsi in un'agenzia di viaggi per una breve vacanza in una stazione termale.

FM = Franco Mannaia, giovane programmatore

LC = Luisa Contini, impiegata

FM: Buongiorno. Avete del materiale informativo su qualche stazione termale? Volevo riposarmi per un breve periodo.

LC: Sì, certo. Al momento c'è molta richiesta per le stazioni termali e le offerte sono numerose. Io comunque Le proporrei di andare in Austria, i prezzi non sono alti e la qualità dei luoghi è veramente eccezionale.

FM: Davvero? Ma sì, mi sembra una buona idea. Però dovrebbe essere un posto non lontano dalla frontiera. Non ho voglia di farmi troppi chilometri in macchina.

LC: Forse Le potrebbe interessare l'hotel *Aquaparadies* in Carinzia, ha una filosofia molto interessante e moderna. Il personale si occupa degli ospiti fin dal momento in cui arrivano.

FM: Può essere più precisa?

LC: Certo. Quando arriverà all'hotel un personal trainer parlerà con Lei ed elaborerà un programma di fitness specifico. E poi per tutto il soggiorno sarà seguito da questa persona.

FM: Davvero interessante. In questo modo potrò confrontarmi con qualcuno e vedere i progressi che faccio.

LC: Sì, certo e poi è anche un'atmosfera molto speciale quella dell'hotel *Aquaparadies*. Si sentirà a casa Sua, ne sono certa.

FM: Ma concretamente in che cosa consiste questo programma fitness?

LC: Questo lo decideranno all'hotel, ma sappiamo che cercano di far recuperare la forma agli ospiti attraverso il movimento. Quindi farà molta ginnastica, bici d'acqua, acquagym...

FM: Tutto molto importante per me. Ogni giorno lavoro almeno otto ore al computer, mi muovo pochissimo e mi sento davvero stressato.

LC: Quasi certamente soffre di una sindrome da stress. L'hotel austriaco sarà un'esperienza indimenticabile per Lei.

FM: Speriamo bene, perché se continua così dovrò cambiare lavoro. Mi sento anche un po' depresso...

LC: Non dimentichi che nell'hotel austriaco danno anche molta importanza alla cura della bellezza.

FM: Davvero...

LC: Sì, ogni giorno fanno dei trattamenti estetici, dei cicli di benessere, cure termali con fango, massaggi con oli eterei.

LC: Le camere sono ampie e confortevoli.

FM: Va bene. Prenoto un soggiorno di una settimana. Mi dica il prezzo.

FM: Senta, e come si mangia in questo hotel? Da buon italiano non vorrei perdere le mie abitudini alimentari.

LC: Non si preoccupi perché l'hotel dà grande importanza alla gastronomia e all'alimentazione. La cucina è dietetica e rigorosamente mediterranea.

FM: Meno male, sono sicuro che mi piacerà.

LC: Dimenticavo. L'hotel ha anche 20.000mq di parco, 4 piscine termali e un percorso kneipp.

FM: E le camere?

S: Offerta per un soggiorno in una stazione termale austriaca

Situazione

Franco Mannaia è un giovane programmatore di Udine che ha molto lavoro e si sente parecchio stressato. Decide di informarsi in un'agenzia di viaggi per una breve vacanza in una stazione termale.

Compito

1. Ascolta la conversazione tra Franco Mannaia e l'impiegata dell'agenzia di viaggi e prendi appunti.
2. Ora presenta tu l'offerta della stazione termale *Aquaparadies* utilizzando gli appunti che hai preso. Il tuo professore o la tua professoressa assumerà il ruolo di un collaboratore di un'agenzia di viaggi italiana e ti porrà delle domande.

PUNTI DA RILEVARE

Offerte della stazione termale

1. Ruolo del personal trainer:
2. Programma fitness:
3. Programma bellezza:
4. Gastronomia e alimentazione:
5. Altri punti forti dell'albergo:

Franco Mannaia è un cliente tipico dell'hotel Aquaparadies.

1. Perché vuole fare un soggiorno in una stazione termale?
2. Perché ha bisogno del programma fitness?
3. Di quale sindrome sembra soffrire? – Come si manifesta questa sindrome?

◀ **CD Track 6**

REGISTRAZIONE N° 5

La fornitura non corrisponde all'ordine

Situazione

Il costruttore di pianoforti *Furioso-Klaviere* di Vienna ha appena soddisfatto l'ordine di fornitura che la casa italiana *Musicalità* aveva fatto circa tre mesi prima. Qualche giorno dopo la consegna dei pianoforti, la segretaria dell'azienda austriaca riceve la seguente telefonata.

GM = Gabi Mayer

LF = Luigi Foresti

GM: *Furioso-Klaviere*, guten Tag.

LF: Parlo con la signora Mayer? Sono Luigi Foresti di *Musicalità*. Chiamo a proposito della vostra ultima consegna.

GM: Ah! C'è qualcosa che non va?

LF: Direi proprio di sì. La vostra consegna non ha proprio nulla a che fare con quello che volevamo noi.

GM: Ma come è possibile! E' sicuramente un malinteso, non ci posso credere!

LF: Abbiamo ordinato un pianoforte a coda, uno solo. E voi cosa ci consegnate? Tre pianoforti verticali! Cosa vuole che ce ne facciamo, scusi?

GM: Tre pianoforti verticali dice? Oddio, era l'ordine della casa italiana *Pianissimo* di Bologna. Ci scusi tanto. Sono assolutamente desolata, evidentemente la ditta di trasporti di cui ci serviamo ha commesso un errore. Ha senz'altro confuso i due destinatari.

LF: E' possibile, ma ciò non risolve il nostro problema. Ci ritroviamo con tre pianoforti verticali molto ingombranti e senza quello a coda che un nostro affezionato cliente attende con tanta impazienza. Eh no, così non si fa!!!

GM: Signor Foresti, Le ripeto, sono molto dispiaciuta per questo inconveniente. Me ne occuperò io immediatamente. Abbia un attimo di pazienza. Verifico un attimino quello che è successo nel nostro reparto vendite.

LF: Va bene, d'accordo.

[*Pausenmusik*]

GM: Signor Foresti? Ho una buona notizia. Il pianoforte a coda che ha richiesto è ancora qui da noi. La ditta di trasporti passerà a ritirarlo oggi pomeriggio. E poi ho constatato che il nostro servizio vendite ha confuso l'indirizzo dei due destinatari. Stavano per inviare il Suo pianoforte a coda alla casa *Pianissimo* di Bologna che, però, aveva ordinato i tre pianoforti verticali. Per fortuna mi ha chiamato ed ho potuto rettificare l'errore per tempo.

LF: Quindi avrò il mio pianoforte fra tre giorni, vero?

GM: Sì, certo.

LF: E i pianoforti verticali?

GM: Semplice. Quando la nostra ditta di trasporti Le consegnerà il pianoforte a coda, ritirerà quelli consegnati per errore. Così la cosa si sistemerà.

LF: Va bene, d'accordo. E' una soluzione che mi sta bene. La ringrazio signora Mayer.

S: La fornitura non corrisponde all'ordine

Situazione

Il costruttore di pianoforti *Furioso-Klaviere* di Vienna ha appena soddisfatto l'ordine di fornitura che la casa italiana *Musicalità* aveva fatto circa tre mesi prima. Qualche giorno dopo la consegna dei pianoforti, la segretaria dell'azienda austriaca riceve la seguente telefonata. Parlano *Gabi Mayer*, segretaria della *Furioso-Klaviere* e *Luigi Foresti*, proprietario della casa italiana *Musicalità*.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

- Perché telefona *Luigi Foresti*?
- Che cosa ha ordinato?
- Che cosa ha ricevuto?
- Chi ha commesso un errore secondo la segretaria della *Furioso-Klaviere*?
- Che cosa sappiamo del cliente che attende il pianoforte a coda?
- Come reagisce la segretaria al reclamo del signor *Foresti*?
- Dove si trova in questo momento il pianoforte a coda ordinato dal signor *Foresti*?
- Quando verrà ritirato il pianoforte dalla ditta di trasporti?
- Chi ha davvero commesso l'errore?
- Qual è stato l'errore?
- Chi ha ordinato i tre pianoforti verticali?
- Il signor *Foresti* quando riceverà il pianoforte che ha ordinato?
- Che cosa si farà dei tre pianoforti verticali?

2. Ora prendi il ruolo della signora *Gabi Mayer* che racconta quello che è successo ad una sua amica italiana. Il tuo insegnante / la tua insegnante assumerà il ruolo dell'amica.

◀ **CD Track 7**

REGISTRAZIONE N° 6

Reclamare per un servizio non prestato

Situazione

Francesca Rinaldi ha trascorso una vacanza di quindici giorni in Spagna con la famiglia. Di ritorno dalla vacanza, siccome nessuno è rimasto soddisfatto del soggiorno, va nell'agenzia di viaggi in cui aveva prenotato per lamentarsi.

FR = Francesca Rinaldi, cliente

SP = Sandro Paterno, impiegato

FR: Buongiorno.

SP: Buongiorno signora. In cosa posso esserLe utile?

FR: Guardi, sono abbastanza arrabbiata, anzi arrabbiatissima. Se ricorda, un mese fa ho prenotato proprio con lei una vacanza in Spagna, nel villaggio turistico *Playas Doradas*.

SP: Certo signora, ricordo bene. Si trattava di un pacchetto di quindici giorni per un'intera famiglia: volo, trasferimento, soggiorno all inclusive, a un prezzo molto conveniente. Qualcosa è andato storto?

FR: Qualcosa? Tutto è andato storto, proprio tutto. Non si salva neanche il buffet di colazione!!!

SP: La prego, signora, si calmi. Mi racconti e vedrà che troveremo una soluzione.

FR: Sinceramente non so neanche da dove cominciare. Le pulizie, per esempio. In quindici giorni hanno pulito le camere appena due volte, sa? Certo, i letti li facevano e gli asciugamani li cambiavano, ma c'erano formiche dappertutto, sabbia in bagno e sotto i letti, polvere sui comodini e negli armadi. E mio figlio che ha un'allergia alle polveri ha avuto grossi problemi.

SP: Mi dispiace signora, sono veramente sorpreso e dispiaciuto.

FR: E poi i pasti: il buffet a colazione era disgustoso, il caffè un intruglio imbevibile, il tè non aveva nessun gusto, il pane non era fresco e tutto il resto era di pessima qualità.

SP: Ma scusi, signora, Lei queste cose non le ha dette al personale o al direttore del villaggio?

FR: Ma certo che ci siamo lamentati sul posto, ma non ci hanno mai dato retta. Dicevano solo: "Oh quanto siete difficili voi italiani!".

SP: Guardi, Le ripeto, sono veramente desolato, non avevamo mai avuto nessun problema con *Playas Doradas* e anche nessun tipo di lamentela.

FR: Sì, ma Le assicuro che non sto mentendo. Non dimentichi che noi abbiamo pagato per un servizio che non abbiamo ottenuto. Guardi Lei stesso, queste sono le foto delle camere sporche e queste del buffet a pranzo. Guardi, guardi la frutta, non può certo dire che sia fresca!

SP: Sì, è vero, ha ragione. Sono veramente stupito.

FR: E poi, le nostre camere...

SP: Ancora?

- FR: Sì, le nostre camere erano vicine alla discoteca del villaggio. E a noi piace la musica e piace anche ballare, ma prima delle 3 del mattino non riuscivamo ad addormentarci.
- SP: Eh sì, di solito nei villaggi si suona e si balla fino a mezzanotte. Ma non avete chiesto di cambiare camera?
- FR: Certo, ma ci hanno risposto che non avevano altre camere libere.
- SP: Sono stati davvero poco gentili. Guardi, signora, un nostro collaboratore si trova proprio a *Playas Doradas*. Lo contatterò subito e se mi confermerà quello che Lei mi ha raccontato, Le assicuro che prenderemo dei provvedimenti.
- FR: Provvedimenti? Beh, insomma, io voglio che ci siano restituiti i soldi!
- SP: Signora, non si preoccupi in un modo o nell'altro risolveremo il problema: o Le restituiremo i soldi o le offriremo una vacanza di Suo gradimento.

S: Reclamare per un servizio non prestato

Situazione

Francesca Rinaldi ha trascorso una vacanza di quindici giorni in Spagna con la famiglia. Di ritorno dalla vacanza, siccome nessuno è rimasto soddisfatto del soggiorno, va nell'agenzia di viaggi in cui aveva prenotato per lamentarsi.

Parlano *Francesca Rinaldi*, cliente e *Sandro Paterno*, impiegato.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

- Dove ha trascorso le vacanze la cliente?
- Quale è il pacchetto che la cliente aveva scelto?
- Il reclamo della cliente riguarda:
 - le pulizie – perché?
 - il buffet a colazione – perché?
- Quale era la reazione del personale del villaggio turistico?
- L'agenzia ha già avuto problemi con il villaggio turistico *Playas Doradas*?
- Che cosa si vede sulle foto che ha fatto la cliente?
- Il reclamo della cliente riguarda anche
 - la discoteca – perché?
- Quale era la reazione del personale del villaggio turistico?
- L'impiegato propone due forme di risarcimento. Quali?

2. Mentre si trova alla *Fiera del turismo di Milano*, *Sandro Paterno* ha l'occasione di parlare delle sue esperienze con i suoi colleghi.

Assumi il ruolo di *Sandro Paterno* e racconta quello che è successo nel villaggio turistico *Playas Doradas*. Come si è risolto il problema secondo te?

Il tuo insegnante sarà il tuo interlocutore e ti farà qualche domanda.

◀ CD Track 8

REGISTRAZIONE N° 7

Le spese delle famiglie austriache

Situazione

A un congresso internazionale un economista italiano presenta un'inchiesta recente sull'evoluzione delle spese delle famiglie nell'UE.

La registrazione che sentirete contiene solo i dati che riguardano l'Austria.

Testo della conferenza

Recentemente un Istituto Demoscopico austriaco ha pubblicato una ricerca di mercato riguardante il budget delle famiglie austriache. Secondo questi dati l'anno scorso ogni famiglia ha speso in media 32.870 euro per il consumo privato. Il 14 % in più rispetto all'anno 2000.

I motivi di questo aumento sono svariati. Innanzitutto l'inflazione: globalmente in tutti questi anni l'inflazione ha toccato il 10 %, poi sono aumentate anche le spese per la casa, il riscaldamento, la luce e il gas.

Al primo posto nella lista delle spese delle famiglie austriache si trovano il cibo e i prodotti alimentari, ma gli austriaci spendono sempre di più soprattutto per il benessere e la salute. Infatti moltissime famiglie ormai frequentano regolarmente i centri wellness e comprano prodotti biologici. Si calcola che i soggiorni e le vacanze in luoghi termali e di cura siano aumentati del 20 %. Per quanto riguarda l'alimentazione biologica l'aumento è stato del 15 %. Insomma gli austriaci amano viziarsi e hanno ormai scelto di vivere in modo sano, rilassarsi regolarmente e mangiare prodotti dietetici.

Dall'inchiesta risulta anche che in Austria si spende sempre di più per le medicine, le cure ospedaliere e le assicurazioni sanitarie private. Questo fatto meraviglia un po' perché il sistema sanitario austriaco è di alta qualità, ma evidentemente i consumatori pensano di trovare un servizio ancora migliore nel settore privato.

Secondo questa inchiesta, invece, le famiglie austriache non hanno mostrato un grande interesse per scarpe ed abbigliamento in generale. Infatti dall'anno 2000 continuano a spendere sempre le stesse cifre. Non esistono ricerche in proposito, ma siccome si viaggia sempre di più, forse gli austriaci hanno cambiato le loro abitudini e preferiscono acquistare i vestiti quando sono in vacanza all'estero, in Italia, in Grecia o in Spagna.

Molto interessante è anche il fatto che siano aumentate le spese per il divertimento e l'istruzione. Evidentemente gli austriaci trascorrono molte ore del loro tempo libero a divertirsi, leggere, istruirsi. Le vendite di libri sono cresciute del 10 %, quelle di prodotti musicali del 12 %, mentre quelle di prodotti elettronici dell'8 %.

Per quanto riguarda l'istruzione l'Istituto Demoscopico ha fatto notare che nell'anno 2001 in Austria sono state introdotte le tasse universitarie che gravano in modo pesante sul budget di ogni famiglia.

Anche per quanto riguarda il traffico e le comunicazioni le famiglie austriache hanno dovuto spendere di più. Infatti le macchine, la benzina, i biglietti dei treni, degli autobus e degli aerei sono aumentati.

Vi è ancora un ultimo dato molto curioso. Secondo quest'inchiesta nel dicembre dell'anno scorso le famiglie austriache hanno speso 1,65 miliardi di euro per i regali di Natale, 25 milioni in più rispetto al Natale di due anni fa. In primo luogo hanno comprato giocattoli, poi orologi e gioielli, libri e articoli di elettronica.

S: Le spese delle famiglie austriache

Situazione

A un congresso internazionale un economista italiano presenta un'inchiesta recente sull'evoluzione delle spese delle famiglie nell'UE.

La registrazione che sentirete contiene solo i dati che riguardano l'Austria.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

- 32.870 euro per _____ = Il 14 % _____
- Aumento dovuto globalmente all'inflazione: _____
- Le spese che sono aumentate:
 - a) _____ b) _____
 - c) _____ d) _____

- Al primo posto delle spese
- Un altro campo in cui le spese aumentano
 - Perché le spese aumento in questi due campi?

- Le spese che riguardano la salute

- Un campo in cui le spese non aumentano
 - Una possibile spiegazione

- Evoluzione delle spese per il divertimento e l'istruzione

- Evoluzione delle spese per il traffico e le comunicazioni

- Le spese di Natale

2. Un congressista che non ha sentito la conferenza ti chiede di riassumerne il contenuto..
Il tuo / la tua insegnante assumerà il ruolo del congressista e ti farà qualche domanda.

◀ **CD Track 9**

REGISTRAZIONE N° 8

Il caro-vita - Colloquio con una madre austriaca

Situazione

Franco Salenti sta scrivendo un articolo sulla situazione economica in Austria per un importante quotidiano italiano. Per conoscere da vicino i comportamenti delle famiglie austriache e i loro problemi quotidiani parla con Birgit Schmid, sposata con due figli.

FS = Franco Salenti

BK = Birgit Schmid

FS: Buongiorno signora Schmid. Grazie di aver accettato quest'incontro.

BK: Sì figuri, è un piacere. In questo modo posso anche esercitare un po' il mio italiano.

FS: Senta, come spende i soldi per la Sua famiglia?

BK: La prima voce di spesa sono i generi alimentari. Spendiamo molto per i pasti chiaramente, anche perché siamo in quattro e i nostri due figli sono adolescenti e sempre molto affamati...

FS: Penso che anche in Austria l'inflazione sia alta e dunque è sempre più difficile vivere.

BK: Sì, da noi l'inflazione ha superato il 3%. Si può veramente dire che i prezzi sono esplosi: latte, pasta, frutta, verdura tutto è diventato più caro. I prezzi dei vini, poi, hanno messo le ali. Non se ne può più.

FS: Avete dei gusti particolari nelle scelte del cibo e degli alimenti?

BK: Beh, sì. Noi siamo grandi estimatori dei prodotti biologici, quindi ci serviamo solo in pochi negozi che scegliamo con grande attenzione. I prodotti sono più cari, però la differenza si nota. Per noi una cucina sana è molto importante.

FS: Lei si lamenta del caro-prezzi, però l'Austria è un Paese dove il tenore di vita continua ad essere alto.

BK: Sì, senza dubbio. Non dobbiamo sempre lamentarci, in effetti non si vive male in Austria. Guardi proprio a Natale mio marito ha regalato a tutta la famiglia un week-end in un hotel wellness. Se non avessimo le possibilità finanziarie, non lo faremmo.

FS: Allora è proprio vero che gli austriaci vanno matti per i soggiorni in luoghi termali.

BK: Verissimo. Negli ultimi anni l'attenzione per il proprio corpo ed il proprio benessere è aumentata moltissimo in Austria.

FS: In Italia quasi ogni famiglia possiede due macchine. Anche in Austria o nella vostra famiglia è così?

BK: Noi abbiamo una macchina sola, ma soprattutto in provincia, nei paesini, molte famiglie hanno due macchine. Io personalmente sono contenta così perché già una macchina costa molto, figuriamoci due.

FS: Poi a Vienna non c'è bisogno di avere due macchine, i servizi pubblici funzionano molto bene.

BK: Certo, però anche lì i prezzi dei biglietti sono aumentati di molto. Meglio non parlarne. Siccome abitiamo in centro, quando posso cerco di andare a piedi o in bicicletta.

FS: E cosa mi può raccontare delle spese per il tempo libero?

BK: Beh guardi, io e mio marito andiamo soprattutto a teatro e al cinema, mentre i veri spendaccioni sono i nostri figli. Ormai hanno preso le abitudini di noi grandi: vogliono gli abiti firmati, vanno a mangiare fuori con gli amici, si comprano quello che vogliono.

FS: Dunque anche loro pesano sul budget familiare.

BK: Eh sì, la loro paghetta è già alta per l'età che hanno. Ma sono giovani e devono godersi la vita.

FS: Tanto siete voi che risparmiate per loro, vero?

BK: Esattamente. Loro non sanno cosa significa risparmiare perché non ne hanno la necessità.

FS: Grazie della piacevole conversazione, signora.

BK: Sono io a ringraziarLa.

S: Il caro-vita - Colloquio con una madre austriaca

Situazione

Franco Salenti sta scrivendo un articolo sulla situazione economica in Austria per un importante quotidiano italiano. Per conoscere da vicino i comportamenti delle famiglie austriache e i loro problemi quotidiani parla con Birgit Schmid, sposata con due figli.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

- La famiglia Schmid
- Il tasso d'inflazione in Austria
 - I prodotti che sono aumentati in modo particolare
- Le preferenze della famiglia Schmid per quel che riguarda l'alimentazione
- L'ultimo regalo di Natale che papà Schmid ha fatto alla sua famiglia
- Il numero di macchine in Italia e in Austria
 - La necessità di usare la macchina in città e in provincia
 - Come fa la signora Schmid?
- Le spese per il tempo libero
 - dei genitori Schmid
 - dei figli Schmid
 - Chi spende di più per il tempo libero? I genitori o i figli?

2.1. Fate un riassunto della registrazione.

2.2. Rispondete brevemente alla domanda seguente:

Secondo voi, le spese della famiglia Schmid sono tipiche per una famiglia austriaca. Cosa succede nella vostra famiglia o nelle famiglie che conoscete?

Il tuo insegnante sarà il tuo interlocutore e ti farà qualche domanda.

◀ CD Track 10 **REGISTRAZIONE N° 9** **Cambiamenti climatici**

Situazione

Franco Gastaldi, italiano, e Karin Möll, austriaca, sono due scienziati che studiano i cambiamenti climatici a livello mondiale. Davanti a un buon caffè si scambiano informazioni intorno alle loro esperienze.

FG = Franco Gastaldi, scienziato italiano

KM = Karin Möll, scienziata austriaca

FG: Allora Karin, come va? Tutto il giorno davanti al computer?

KM: Eh sì, ma dobbiamo assolutamente lottare contro il cambiamento del clima. La situazione si fa sempre più drammatica.

FG: Sì, anche da noi in Italia registriamo ogni anno delle temperature sempre più calde. I ghiacciai, soprattutto, si stanno sciogliendo a vista d'occhio.

KM: Non me ne parlare. Noi in Austria siamo riusciti a ridurre le emissioni di ossido di carbonio, ma i risultati non sono ancora abbastanza soddisfacenti.

FG: Sì, occorre fare di più. In Italia cerchiamo di isolare meglio le case, per cercare di ridurre il consumo di gas metano e idrocarburi. Per fortuna il sole non ci manca e così riusciamo a potenziare di anno in anno gli impianti ad energia solare.

KM: In Austria siamo riusciti a ridurre il traffico automobilistico nelle grandi città, soprattutto nei centri storici. Ma molto rimane ancora da fare se penso alla tangenziale di Vienna e...

FG: Non mi parlare di tangenziali e autostrade! Le autostrade italiane sono congestionate dal mattino alla sera. Sono migliaia i camion che ogni giorno vi transitano.

KM: Dobbiamo cercare di convincere i politici a potenziare di più i servizi pubblici ed i treni per il trasporto merci.

FG: Sì, e soprattutto dobbiamo far capire alle grandi case automobilistiche come la Fiat, la Volkswagen, la Renault che bisogna investire di più nella produzione di macchine ibride o elettriche.

KM: Sono d'accordo con te. Un grave problema è l'inquinamento prodotto dagli aerei che consumano ogni giorno tonnellate e tonnellate di benzina e scaricano tantissimi veleni nell'atmosfera.

FG: Sarebbe importante produrre aerei che consumano di meno perché ormai è difficile cambiare le abitudini della gente e del turismo di massa.

KM: Eh sì, per le macchine esiste già la benzina ecologica, ma per gli aerei penso che rimarrà ancora un sogno per molti anni.

FG: In Italia abbiamo il grave problema dello smaltimento dei rifiuti. Voi in Austria l'avete risolto?

KM: Risolto non proprio, ma abbiamo trovato delle buone soluzioni con gli inceneritori. A Vienna, per esempio, bruciamo i rifiuti e in questo modo produciamo calore per gran parte delle famiglie che vivono in città.

FG: Sì, lo so perché una delegazione di politici e tecnici italiani è andata a Vienna per visitare questi impianti. Sono rimasti molto impressionati anche dai filtri che utilizzate. Sembra che non siano pericolosi per gli abitanti.

KM: Comunque io credo che il problema del cambiamento climatico si risolverà solo quando ognuno di noi cambierà il proprio modo di vivere.

FG: Lo credo anch'io. Dobbiamo rinunciare a qualche comodità, dobbiamo ridurre i nostri ritmi di vita e i nostri consumi di energia.

KM: Sì è vero. E poi dobbiamo cominciare a rispettare la natura ed anche sviluppare nuove energie alternative.

FG: Vedrai che ce la faremo perché ormai siamo tutti mobilitati.

KM: Sì, e la coscienza ecologica è ormai sviluppata in quasi tutti i Paesi del mondo.

S: Cambiamenti climatici

Situazione

Franco Gastaldi, italiano, e Karin Möll, austriaca, sono due scienziati che studiano i cambiamenti climatici a livello mondiale. Davanti a un buon caffè si scambiano informazioni intorno alle loro esperienze.

Compito

1. Ascolta la registrazione e annota le risposte alle domande seguenti.

CHE COSA DICONO I DUE SCIENZIATI?

- Perché bisogna lottare contro il cambiamento del clima?
- Perché i ghiacciai si stanno sciogliendo?
- Come procede la riduzione delle emissioni di ossido di carbonio in Austria?
- Che cosa si fa in Italia per cercare di ridurre il consumo di gas metano e idrocarburi?
- Il problema del traffico in Italia e in Austria:
 - In che cosa consiste?
 - Che cosa si deve potenziare per lottare contro questo problema?
 - Che cosa dovranno fare le grandi case automobilistiche?
- Il problema è l'inquinamento prodotto dagli aerei:
 - In che cosa consiste?
 - Che cosa si dovrà fare?
- Il problema dello smaltimento dei rifiuti:
 - Che cosa si sta facendo in Austria?
- Il problema del cambiamento climatico si risolverà solo quando ognuno di noi cambierà il proprio modo di vivere:
 - Che cosa dovremo fare?

2.1. Ora fai un riassunto per un tuo amico che non ha potuto assistere alla conferenza.

2.2. Spiega in quali contesti hai già sentito parlare del cambiamento del clima.

Il tuo / la tua insegnante assumerà il ruolo del tuo amico / della tua amica e ti farà qualche domanda.

◀ **CD Track 11**

REGISTRAZIONE N° 10

I cambiamenti climatici e le loro conseguenze

Situazione

Durante un convegno internazionale un esperto italiano parla dei cambiamenti climatici e delle loro conseguenze.

Testo della conferenza

La Terra si sta drammaticamente surriscaldando. Negli ultimi cento anni la temperatura media è aumentata di circa 0,6 gradi. Il periodo dal 1998 al 2008 è stato il più caldo degli ultimi cento anni ed il 1998 l'anno più caldo in assoluto da quando vengono fatte le registrazioni strumentali, cioè dal 1861. Gli scienziati prevedono che nel periodo 1990-2100 la temperatura globale aumenterà in media da 1,4 a 5,8 gradi.

I satelliti mostrano che negli ultimi 50 anni la superficie coperta dalle nevi è diminuita di circa il 10%. In particolare si stanno ritirando velocemente le nevi e i ghiacciai sulle Alpi, sulle Ande peruviane ed in Africa dove il 33 % dei ghiacci del Kilimangiaro è scomparso negli ultimi 20 anni.

La temperatura che sale, la neve che si scioglie e i ghiacciai che scompaiono hanno fatto alzare il livello dei mari: negli ultimi cento anni l'innalzamento è stato di 20-30 centimetri. Se questo trend continuerà, gli scienziati prevedono che le tempeste, i tornado e gli uragani saranno più violenti e molto più frequenti.

In Italia l'innalzamento dei livelli dei mari avrà un effetto disastroso nell'Adriatico e in modo particolare a Venezia e nella sua laguna. Negli ultimi trent'anni il fenomeno dell'acqua alta è cresciuto di intensità e di frequenza. Le strutture architettoniche di Venezia sono in pericolo ed i disagi per i cittadini enormi, se si calcola che circa il 90 % del centro storico di Venezia può finire sott'acqua. Questo fenomeno danneggia tanto i palazzi storici della città quanto le attività economiche dei commercianti, dei ristoratori e degli operatori turistici. I danni sulla struttura economica di Venezia e dell'Adriatico saranno enormi.

Ma anche le Alpi italiane sono a rischio. Gli scienziati calcolano infatti che fino al 2050 la temperatura aumenterà mediamente di circa 5 gradi in estate e di 2-3 gradi in inverno. Se farà più caldo, nevierà di meno e la poca neve che cadrà si scioglierà molte settimane prima. Le stagioni invernali saranno quindi più corte e la neve si troverà ad altitudini più elevate, sopra i 1500 metri. Dal 1850 al 1980 i ghiacciai hanno perso il 30-40 % del loro volume e gli scienziati prevedono che nel corso del XXI secolo la maggior parte dei ghiacciai delle Alpi scomparirà completamente. Tutti questi fenomeni provocheranno una diminuzione della quantità di acqua che avremo a disposizione.

Le temperature troppo alte causeranno gravi danni all'ambiente: molte specie animali e vegetali spariranno, altre cambieranno il loro ritmo naturale cosicché l'equilibrio ambientale sarà completamente sconvolto.

Gli scienziati prevedono che anche le coste italiane saranno in pericolo perché da una parte le spiagge scompariranno lentamente a causa dell'innalzamento del livello del mare e dall'altra le piogge e le tempeste distruggeranno le zone agricole. Ciò significa che le popolazioni costiere emigreranno verso zone più sicure, ma questa emigrazione di masse favorirà il rischio di malattie e di epidemie.

Il principale responsabile dei cambiamenti climatici è l'uomo con le sue attività economiche e sociali che producono emissioni di gas nocivo.

S: I cambiamenti climatici e le loro conseguenze

Situazione

Durante un convegno internazionale, un esperto italiano parla dei cambiamenti climatici e delle loro conseguenze.

Compito

1. Ascolta la conferenza e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

Circa 0,6 gradi =

Il periodo dal 1998 al 2008 =

Il 1998 =

Nel periodo 1990-2100 _____ da 1,4 a 5,8 gradi.

Negli ultimi 50 anni _____ di circa il 10 %.

Dove i ghiacciai sono diminuiti? _____

L'innalzamento del livello dei mari negli ultimi cento anni:

Quali sono le conseguenze di questo trend?

In Italia l'innalzamento dei livelli dei mari avrà un effetto disastroso nell'Adriatico e in modo particolare a Venezia e nella sua laguna. Quali saranno le conseguenze per Venezia?

Ma le Alpi italiane sono ugualmente a rischio. Quali saranno le conseguenze per le Alpi italiane?

Anche le coste italiane saranno in pericolo. Perché?

Le popolazioni costiere emigreranno verso zone più sicure. Che cosa favorirà questa emigrazione di massa?

Chi è il principale responsabile dei cambiamenti climatici?

2.1. Un congressista che non ha sentito la conferenza ti chiede di riassumerne il contenuto.

2.2. Spiega quali effetti del cambiamento del clima riguardano in particolare l'Austria.

Il tuo / La tua insegnante assumerà il ruolo del congressista e ti farà qualche domanda.

◀ **CD Track 12**

REGISTRAZIONE N° 11

Inchiesta della Cooperativa Mercato Equo e Solidale

Situazione

Una rappresentante della Cooperativa Mercato Equo e Solidale presenta un'inchiesta intorno all'interesse degli italiani ad acquistare prodotti del commercio equo e solidale.

Testo della presentazione

La nostra Cooperativa è nata alla fine degli anni '90 e ora è una realtà produttiva riconosciuta in tutta Italia. La nostra idea è di ricercare modelli di sviluppo e stili di vita alternativi. Il nostro obiettivo non è il profitto ma la realizzazione di rapporti di lavoro e di produzione con le popolazioni del Terzo Mondo. Importiamo prodotti alimentari e di artigianato da decine di piccoli produttori in Africa, Asia e America Latina che poi rivendiamo nelle nostre botteghe o nei supermercati italiani.

Da tre anni la nostra cooperativa è impegnata ad analizzare lo stato attuale del commercio equo e solidale in Italia con l'intenzione di ottenere delle indicazioni utili a capire come guidare meglio l'azienda nei prossimi anni. Prima di Natale abbiamo distribuito un questionario nei nostri negozi e in questo modo siamo riusciti a conoscere meglio il comportamento del consumatore.

Secondo la nostra inchiesta, il consumatore tipico del commercio equo e solidale rimane molto fedele ai nostri prodotti: oltre il 70 % dei clienti acquista almeno una volta al mese un prodotto della nostra cooperativa e di questi oltre il 40 % acquista almeno una volta alla settimana. Il 60 % dei clienti dice di acquistare i prodotti equi e solidali nei nostri negozi, mentre il 30 % preferisce i supermercati. A questo proposito si deve notare che il numero dei clienti che cerca i nostri prodotti nei supermercati è molto aumentato rispetto a un anno fa. Inoltre il 10 % dei consumatori compra i nostri prodotti ai mercati e alle fiere. In questi due luoghi dovremo cercare di essere più presenti nei prossimi anni.

Un altro dato interessante riguarda le scelte che fanno i consumatori. Dalla nostra inchiesta risulta che il 30 % dei clienti cerca un prodotto di qualità, ma nello stesso tempo rimane un cliente curioso se pensiamo che il 30 % ha dichiarato di volere il prodotto nuovo e originale, mentre il 20 % di scegliere il prodotto in base al Paese di produzione, il 10 % in base al prezzo, il 5 % in base al marchio.

E' interessante notare che i prodotti che vengono maggiormente venduti sono quelli alimentari: li acquista l'80% dei clienti, mentre solo il 20 % dei consumatori richiede prodotti di artigianato locale.

Dai questionari risulta anche che ogni anno le vendite dei prodotti equi e solidali crescono del 20% prima di Natale e del 15 % prima di Pasqua, ciò significa che anche noi possiamo ormai competere con il commercio tradizionale ed abbiamo ancora molti margini di miglioramento. I prodotti più venduti sono le noci dell'Amazzonia e l'ananas. Il riso è cresciuto del 42 %, lo zucchero di canna del 34 % e i succhi di frutta del 28 %. Anche la vendita di banane sta andando molto bene ed ormai il 35 % di tutte le banane biologiche vendute in Italia proviene dal commercio equo.

Complessivamente si può dire che il nostro settore non conosce crisi, anzi è in grande espansione. In Italia lo scorso anno le vendite sono cresciute del 154 % e ormai si contano 700 botteghe e 4000 supermercati in cui si trovano prodotti equo-solidali. L'Italia è al terzo posto in Europa per le importazioni. La nostra azienda conta circa 80 dipendenti, importiamo regolarmente prodotti provenienti da 150 gruppi di venditori del sud del mondo. Il commercio equo e solidale è fatto di persone e aziende che credono in un futuro di giustizia e che vogliono essere uno strumento di sviluppo umano, sociale ed economico.

S: Inchiesta della Cooperativa Mercato Equo e Solidale

Situazione

Una rappresentante della Cooperativa Mercato Equo e Solidale presenta un'inchiesta intorno all'interesse degli italiani a acquistare prodotti del commercio equo e solidale.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

La Cooperativa

- E' nata _____
- L'idea è di ricercare _____
- L'obiettivo non è il profitto ma _____
- La Cooperativa importa prodotti alimentari e di artigianato da decine di piccoli produttori in _____

Risultati dell'inchiesta

- Oltre il 70 % dei clienti acquista _____
- Oltre il 40 % acquista _____
- Il 60 % dei clienti dice di acquistare i prodotti _____
- Il 30 % preferisce _____
- Il numero dei clienti _____
- Il 10 % dei consumatori compra i nostri prodotti _____
- Il 30 % dei clienti cerca _____
- Il 30 % ha dichiarato di volere _____
- Il 20 % ha dichiarato di scegliere il prodotto _____
- Il 10 % in base _____
- Il 5 % in base _____
- I prodotti che vengono maggiormente venduti sono _____
- L'80 % dei clienti acquista _____
- Il 20 % dei consumatori richiede _____
- Le vendite dei prodotti equi e solidali crescono _____
- I prodotti alimentari più venduti sono _____
- Altri prodotti alimentari _____
- Il 35 % _____
- Il settore conosce crisi: Si? – No?
- Crescita delle vendite: _____
- Numero delle botteghe: _____
- Numero dei supermercati in cui si trovano prodotti equo e solidali _____
- Posto dell'Italia nel commercio equo e solidale: _____
- Numero dei dipendenti della Cooperativa Mercato Equo e Solidale: _____
- Importazioni: _____
- Filosofia del commercio equo e solidale: _____

2.1. Ora fai un riassunto per un tuo amico che non ha potuto assistere alla conferenza.

2.2. Spiega in quali contesti hai già sentito parlare del commercio equo e solidale.

Il tuo / la tua insegnante assumerà il ruolo del tuo amico / della tua amica e ti farà qualche domanda.

◀ **CD Track 13**

REGISTRAZIONE N° 12
Commercio equo e solidale

Situazione

Piero Ansaldo è al supermercato e, per caso, incontra Flavia una sua vicina di casa. I due cominciano a confrontare i prodotti che hanno acquistato.

PA = Piero Ansaldo

FC = Flavia Cucchi

PA: To' guarda chi si vede, Flavia!

FC: Ciao Piero, anche tu a far la spesa? Compri qualcosa per la cena?

PA: No, stasera mangio fuori, ma sono rimasto senza caffè e succo d'arancia, allora ho fatto un salto al supermercato.

FC: Vedo che hai comprato la tua solita marca di caffè italiano. Niente prodotti equi e solidali, eh?

PA: Ne ho sentito parlare, ma guarda, sono le solite cose biologiche che a me non interessano.

FC: Piero, non si tratta tanto di prodotti biologici, quanto piuttosto di una filosofia del consumo.

PA: Sì, ho sentito dire che questi prodotti arrivano dai piccoli produttori africani o sudamericani, ma io sono un tradizionalista nel cibo. Non mi convinci.

FC: Il commercio equo e solidale è un marchio che garantisce la provenienza da piantagioni certificate...

PA: Dai Flavia, a me basta sapere che questo caffè italiano è buono. Punto e basta. Questa è la migliore certificazione per me.

FC: Piero, lo sai che molto spesso le grandi multinazionali americane o europee sfruttano il lavoro minorile o danno paghe da fame ai lavoratori del Terzo Mondo per poi fare dei guadagni enormi?

PA: Sì, questo è vero. Ho letto diversi articoli che mi hanno colpito molto.

FC: Ebbene, il commercio equo e solidale ti garantisce che, per esempio, il caffè che compri arriva da piantagioni dove si pagano salari giusti, dove è vietato il lavoro minorile e dove vengono assicurate salute e sicurezza.

PA: Sì certo, hai ragione, ma non cercare di essere patetica...

FC: Guarda che questo tipo di commercio sostiene dei progetti internazionali che vogliono far sviluppare le comunità locali dell'America Latina, dell'Africa, dell'Asia perché non siano più dipendenti dalle grandi multinazionali avidi di denaro.

PA: Sì, certo, questo è un aspetto da prendere in considerazione.

FC: In questo scaffale non trovi solo caffè, ma anche succo d'arancia equo e solidale.

PA: Eh sì, ma allora i produttori italiani? Se compriamo solo il succo d'arancia africano, il piccolo produttore italiano può chiudere bottega.

FC: No, questo non è vero. Il commercio si chiama proprio “equo” perché non è una concorrenza scorretta. Ci guadagnano tutti: il contadino africano, ma anche il piccolo produttore italiano.

PA: Senti, ma sono buoni questi prodotti?

FC: Buoni? Sono buonissimi! Io ormai non bevo che caffè solidale. Ha molto più aroma ed è molto più gustoso proprio perché è ancora prodotto con metodi tradizionali. E' ovvio che è leggermente più caro del caffè italiano, ma devi pensare che in questo modo aiuti le popolazioni più povere.

PA: Quasi quasi mi hai convinto. Ne provo una confezione.

FC: Prendi anche un litro di succo d'arancia. Ti sembrerà di spremere un'arancia fresca.

PA: D'accordo. Vediamo se c'è da fidarsi.

FC: Aspetta, Piero, aspetta... Da qualche giorno c'è anche il fiore equo e solidale. Compra questo mazzo di rose e portalo alla tua ragazza. Vedrai come sarà contenta.

PA: Uuuuh 'ste donne!

S: Commercio equo e solidale

Situazione

Piero Ansaldo è al supermercato e, per caso, incontra Flavia una sua vicina di casa. I due cominciano a confrontare i prodotti che hanno acquistato.

Compito

1. Ascolta la registrazione e prendi appunti.

PUNTI DA RILEVARE

- Dove sono Piero e Flavia?
- Che cosa vuole comprare Piero?
- Che cosa non gli interessa?
- Come si può definire il commercio equo e solidale?
- Da dove provengono questi prodotti?
- Che tipo di consumatore è Piero?
- Che cosa garantisce il commercio equo e solidale:
 - Per quel che riguarda i salari?
 - Per quel che riguarda il lavoro minorile?
- Che progetti sostiene questo tipo di commercio?
- Che tipo di concorrenza non esiste nel commercio equo e solidale?
- Come è la qualità dei prodotti del commercio equo e solidale?
- E il prezzo?
- Alla fine, Piero compra tre prodotti. Quali?

2. 1. Dopo l'incontro con Piero Flavia torna in ufficio e parla ad una sua collega della conversazione che ha avuto con Piero.

Assumi il ruolo di Flavia. Il tuo / la tua insegnante prenderà quello del /della collega.

2.2. Spiega in quali contesti hai già sentito parlare del commercio equo e solidale.

Il tuo / la tua insegnante ti farà qualche domanda.

Medieninhaber und Herausgeber:
BUNDESMINISTERIUM FÜR
UNTERRICHT, KUNST UND KULTUR
Medienservice
1014 Wien, Minoritenplatz 5
Tel. 01/53 120-4829, Fax: 01/53 120-4848
E-Mail: medienservic@bmukk.at

Bestellungen:
AMEDIA Servicebüro
1140 Wien, Sturzgasse 1a
Tel. 01/982 13 22, Fax: 01/982 13 22-311
E-Mail: office@amedia.co.at

Verlags- und Herstellungsort: Wien