

Medienbegleitheft zur Audio-CD 12383

ITALIENISCH IM GESPRÄCH

Teil 15

Reife- und Diplomprüfung in HAK und HUM



**Medienbegleitheft zur Audio-CD
52 Minuten, Produktionsjahr 2009**

◀ **CD Track 1** **VORWORT**

Die vorliegende CD enthält Texte und Aufgabenstellungen zum Hörverständnis. Diese entsprechen in ihrer Konzeption den Anforderungen der Reife- und Diplomprüfung, das heißt dem Niveau B1+ des Europäischen Referenzrahmens.

Die Prüfungsaufgaben sind als Vorschläge zu sehen und können – wie sich versteht – beliebig erweitert oder reduziert werden. Da es sich um die Prüfung des Hörverständnisses handelt, wurden keine weiterführenden Aufgabenstellungen angeschlossen.

Um Training und Prüfung koordinieren zu können, gibt es zu jedem Thema zwei Aufnahmen.

Sprecher:

Monica Giovinazzi
Anna Santini
Angelo Caruso

Musik:

Francesco De Gregari: Flirt

Inhalt:

- Track 1 – **Vorwort**
- Track 2 – **Intervista al direttore commerciale di *ViaggiWorld***
- Track 3 – **Dialogo tra padre e figlia dopo il ritorno dalle vacanze**
- Track 4 – **Intervista al direttore dell'outlet *ItalianShop***
- Track 5 – **Intervista con un commesso dell'outlet *ItalianShop***
- Track 6 – **Intervista a una famosa stilista italiana**
- Track 7 – **Conversazione intorno al mondo della moda maschile**
- Track 8 – **Il grande freddo non perdona: intervista ad un meteorologo**
- Track 9 – **L'Italia nella morsa del grande caldo: i consigli di una dietologa**
- Track 10 – **Una azienda italiana si presenta**
- Track 11 – **L'azienda dolciaria *Torrone International* si racconta**
- Track 12 – **Giovani e lavoro: intervista alla professoressa Lucia Spatola**
- Track 13 – **Giovani e lavoro: nonno e nipote a confronto**

◀ **CD Track 2**

REGISTRAZIONE N° 1

Intervista al direttore commerciale di *ViaggiWorld* (1)
(*Transkription des Hörtextes*)

Situazione

Sandro Angelini è il direttore commerciale di *ViaggiWorld*, uno dei maggiori tour operator italiani. In un'intervista con Paola Guicciardi, giornalista di un famoso quotidiano milanese, spiega quali sono le strategie studiate per sconfiggere la crisi del settore turistico.

SA = Sandro Angelini

PG = Paola Guicciardi

PG: Direttore, dappertutto si sente dire che il settore turistico è in crisi e che le vendite sono indietro rispetto all'anno scorso. Può confermarci queste notizie?

SA: Sì, è vero, non è un momento facile. Possiamo comunque dire che la situazione è seria, ma certamente non disperata. Intanto i Caraibi e le Maldive vanno ancora forte, l'Egitto interessa sempre, le prenotazioni per le città d'arte continuano ad andare discretamente bene...

PG: Sì, ma non può negare che il calo nel settore turistico è almeno del 2% rispetto all'anno passato. Come intendete reagire a questa situazione?

SA: Dunque, abbiamo condotto un'indagine di mercato e sappiamo che i vacanzieri italiani ormai privilegiano le vacanze di tre-quattro giorni in una grande capitale europea invece dei pacchetti di una settimana.

PG: Significa che offrirete dei pacchetti più brevi e dei week-end meno costosi? Come dire... delle mini-vacanze?

SA: Guardi, stiamo studiando tutta una serie di iniziative per rilanciare il gusto del viaggio. La prima di queste si chiamerà *weekBox*: sarà un cofanetto che regaleremo ai nostri clienti, dentro troveranno dei dolci che arrivano dalle città dove loro potranno passare un week-end enogastronomico. Questi pacchetti sono per due persone e offrono dei soggiorni non solo culinari, ma anche in luoghi termali, nella natura o di carattere culturale.

PG: Mi sembra carina come idea, anche se non mi pare enormemente innovativa. Mi saprebbe indicare un prodotto che può essere veramente innovativo per il mercato italiano?

SA: Certamente, sa, noi vogliamo diversificare al massimo la nostra offerta e avere delle soluzioni per tutte le tasche. Il nostro prodotto più recente è quello della vacanza in uno chalet tirolese o carinziano, dove il vacanziero può riposarsi dallo stress della vita moderna e trovare pace assoluta, aria pura e paesaggi da favola. Potrà fare magnifiche passeggiate in montagna, mangiare prodotti genuini e vivere a contatto con la natura.

Intervista al direttore commerciale di *ViaggiWorld* (2)

PG: Secondo Lei, a quale fascia sociale di vacanzieri bisogna rivolgersi per scacciare la crisi?

SA: Ripeto, occorre avere la soluzione per tutte le tasche. Lo chalet di montagna è un'offerta di livello medio, ma abbiamo anche soluzioni per le fasce sociali alte o altissime, che non conoscono mai la crisi. A loro offriamo vacanze alle Maldive, alle Seychelles e a Grenada.

PG: E come stanno andando le prenotazioni?

SA: Lei non ci crederà, ma per queste destinazioni abbiamo già il tutto esaurito.

PG: E' cambiato il comportamento del cliente che viene ad informarsi su una vacanza?

SA: Molto. Innanzi tutto fa maggiore attenzione alla spesa e al rapporto qualità prezzo. E poi vuole sapere se l'anticipo da versare è alto, quanta penale deve pagare se decide di annullare la vacanza, se deve pagare il supplemento carburante per le crociere... Insomma il cliente che viene da noi è più attento ed anche più informato sui suoi diritti. Ciò significa che tra gli operatori turisti la concorrenza è cresciuta e si è fatta più agguerrita. Dunque tempi duri per noi...

PG: Un'ultima domanda. Quale prodotto consiglierebbe al suo cliente più assiduo?

SA: Gli proporrei una vacanza in un appartamento storico ed esclusivo, in una cosiddetta dimora di *charme*. Garantiamo la massima qualità.

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE
Intervista al direttore commerciale di *ViaggiWorld*

Situazione

Sandro Angelini è il direttore commerciale di *ViaggiWorld*, uno dei maggiori tour operator italiani. In un'intervista con Paola Guicciardi, giornalista di un famoso quotidiano milanese, spiega quali sono le strategie studiate per sconfiggere la crisi del settore turistico.

Il vostro compito:

1. Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto. *Attenzione! Sono tutte incomplete.*
2. Ascoltate l'intervista e completate le frasi con l'elemento o gli elementi che mancano.

1. Il settore turistico è in _____ .
2. La situazione è seria ma non _____ .
3. Il calo nel settore turistico è del _____ .
4. Gli italiani preferiscono vacanze di _____ ,
si interessano meno ai pacchetti di _____ .
5. La prima iniziativa dell'azienda *Viaggi World* si chiama _____ .
6. Si tratta di un pacchetto per _____ .
7. Si offrono soggiorni _____ , in luoghi _____ ,
nella _____ o di carattere _____ .
8. L'agenzia vuole diversificare al massimo la sua _____ .
9. In uno chalet tirolese o carinziano si possono trovare pace _____ ,
aria _____ , paesaggi da _____ , e si può vivere in
contatto con _____ .
10. L'agenzia ha soluzioni per tutte _____ .
11. Alle fasce sociali alte l'agenzia offre vacanze alle _____ .
12. Oggi il cliente fa più attenzione alla _____ e al rapporto
_____ .
13. Il cliente è anche più _____ .
14. E la concorrenza è _____ .

◀ **CD Track 3**

REGISTRAZIONE N° 2

Dialogo tra padre e figlia dopo il ritorno dalle vacanze (1)

(Traskription des Hörtextes)

Situazione

Alessandro Scalzi è andato all'aeroporto di Roma Fiumicino per accogliere la figlia Luisa che ha trascorso una breve vacanza in Tirolo. Dopo essersi salutati, i due si avviano verso la macchina conversando.

AS = *Alessandro Scalzi*

LS = *Luisa Scalzi*

AS: Dunque, Luisa. Racconta, come sono andate le vacanze, ti sono piaciute? Quando sei partita ero in viaggio d'affari e non so neppure dove sei stata.

LS: Sono andata con altre due amiche in Tirolo, vicino a Innsbruck: una splendida settimana in montagna sulla neve, poi abbiamo nuotato parecchio in piscina, di sera frequentavamo locali dove si cenava accompagnati da concerti dal vivo...

AS: Vi siete trovati bene con l'albergo? Ho sentito dire che lo standard è alto in Austria e il rapporto qualità prezzo buono. Il mio problema è sempre la lingua, il tedesco proprio non lo parlo...

LS: Papà, il personale degli alberghi e dei ristoranti parla italiano e poi uno si arrangia con l'inglese. Comunque ci siamo trovate benissimo, le camere avevano tutti i comfort, compresa la vasca per idromassaggio e la Tv satellitare ed i costi erano abbastanza contenuti.

AS: Ma dimmi. Hai fatto qualcosa di particolare? Con i tempi che corrono si legge che gli operatori turistici diventano sempre più fantasiosi per attirare i vacanzieri.

LS: E' proprio vero, papà. Lo slogan della nostra settimana era: "Tutti pazzi per lo sci di notte". Si poteva sciare tutte le sere fino a tarda notte sulle piste illuminate a giorno. Era bellissimo sciare sotto le stelle, le piste bianche di neve, passare vicino al bosco buio, intravedere lontano le montagne innevate, la luna che brilla... Sapessi che atmosfera!

AS: Ti credo, sinceramente piacerebbe anche a me. Ma come tu sai... ho smesso di sciare tanti anni fa dopo quel brutto incidente a Cortina, quando mi sono rotto una gamba. Ormai potrei solo passeggiare lungo le piste, ma di notte non penso che sarebbe proprio l'ideale.

LS: Oh certo papà, ci potresti andare con la mamma: lei scia e tu ti godi gli spettacoli e il divertimento sulle piste.

Dialogo tra padre e figlia dopo il ritorno dalle vacanze (2)

AS: Ah sì? E in che cosa consistevano queste... attività notturne...

LS: Lungo le piste trovavi dei rifugi o delle tende dove si offrivano piatti della cucina tirolese, dove si ballavano i balli tipici del luogo o si ascoltava semplicemente la musica tirolese. Poi si poteva scendere un pezzo con la slitta nel bosco ed entrare in un altro rifugio dove trovavi gente simpatica ad accoglierti che ti offriva piccoli prodotti dell'artigianato locale...

AS: Ho sentito parlare di queste abitudini degli austriaci che sulla neve si rigenerano con un bel bicchiere di tè bollente o di vin brulé in un rifugio. Quello che mi racconti sarebbe sicuramente una vacanza che piacerebbe anche a me: un po' di sport, relax, tantissima neve fresca, bevande calde, le splendide montagne tirolesi...

LS: Poi, sai, abbiamo fatto due gite: una al castello medioevale dove ci hanno offerto un'ottima cena a base di speck. Figurati che alle dieci hanno organizzato per i bambini *L'ora del fantasma!* L'altra gita l'abbiamo fatta alle cascate ghiacciate che c'erano lì vicino. Bellissime: avessi visto che colori, che panorama, che aspetto imponente!

AS: Dunque sei rimasta affascinata dalle montagne tirolesi, dai suoi colori e dalle sue bellezze...

LS: Non solo, papà. Questo è Günter, un ragazzo tirolese che ho conosciuto in vacanza e che per un po' starà da noi.

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE
Dialogo tra padre e figlia dopo il ritorno dalle vacanze

Situazione

Alessandro Scalzi è andato all'aeroporto di Roma Fiumicino per accogliere la figlia Luisa che ha trascorso una breve vacanza in Tirolo. Dopo essersi salutati, i due si avviano verso la macchina conversando.

Il vostro compito:

1. *Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto.
Attenzione! Alcune corrispondono al contenuto della registrazione, altre no.*
2. *Ascoltate la registrazione e sottolineate SÌ o NO secondo il contenuto.*

SÌ? o NO? Luisa è partita con una sua amica.

SÌ? o NO? Le amiche hanno passato una splendida settimana in montagna.

SÌ? o NO? Il papà di Luisa non parla tedesco.

SÌ? o NO? Il personale degli alberghi e ristoranti non parla italiano.

SÌ? o NO? Le camere offrivano poco comfort.

SÌ? o NO? I costi erano contenuti.

SÌ? o NO? Luisa ha sciato tutte le sere fino a tarda notte.

SÌ? o NO? Lo sci di notte non è piaciuto a Luisa.

SÌ? o NO? Anni fa, il papà di Luisa si è rotto un braccio mentre sciava.

SÌ? o NO? Luisa pensa che anche ai suoi genitori piacerebbe una vacanza come la sua.

SÌ? o NO? Nelle tende si ballavano tutti i balli moderni.

SÌ? o NO? Si poteva scendere le piste anche in slitta.

SÌ? o NO? Il papà è sempre più convinto che una vacanza così piacerebbe anche a lui.

SÌ? o NO? In un castello medievale è stata organizzata "l'ora del fantasma" per divertire i bambini.

SÌ? o NO? Luisa è rimasta affascinata dalle montagne tirolesi.

SÌ? o NO? Luisa è rientrata a Roma in compagnia di una ragazza tirolese.

◀ **CD Track 4**

REGISTRAZIONE N° 3

Intervista al direttore dell'outlet *ItalianShop* (1)

(Traskription des Hörtextes)

Situazione

Corrado Francesini dirige l'outlet *ItalianShop* che si trova nei pressi di Firenze. Negli outlet italiani si registra una notevole crescita di clienti e così la RAI decide di intervistare un direttore per capire i segreti di questo successo.

CF = Corrado Francesini

FR = Franca Rametti

FR: Direttore, i dati di crescita degli outlet italiani sono incredibili per questo periodo di crisi economica. Ci può confermare il fatto che il giro d'affari è aumentato del 40 %?

CF: Sì, è una cifra realistica. Ma in certe parti del Paese siamo cresciuti anche del 70 %. Sono cifre che meravigliano anche noi, ma d'altra parte confermano che i grandi gruppi hanno fatto le scelte giuste. In Italia siamo un fattore economico di primo piano, che crea migliaia di posti di lavoro ogni anno.

FR: Ci spieghi brevemente come definirebbe Lei un outlet e soprattutto, che cosa lo differenzia da un centro commerciale.

CF: Guardi, gli outlet sono dei veri e propri villaggi dello shopping. Questo in cui vi trovate si estende su un'area di 26 mila metri quadrati e ospita 120 negozi. Guardi fuori dalla finestra, signorina, e vedrà strade, marciapiedi, portici, ponti e perfino un laghetto con le anatre, ma tutto è in funzione dello shopping. La gente passeggia indisturbata, senza il pericolo delle macchine e dello smog, guarda le vetrine, entra, compra, fa due chiacchiere con la cassiera. Insomma è uno shopping a misura d'uomo senza stress. Rispetto ai centri commerciali, negli outlet si trovano soprattutto negozi di abbigliamento e di accessori di grandi marche, ma con sconti che vanno dal 30 al 70 %.

FR: E come fate ad offrire i capi d'abbigliamento a prezzi così scontati?

CF: Vede, signorina, sono capi della stagione precedente, diversi da quelli venduti nei negozi di lusso dei centri cittadini. Chi vuole essere all'ultima moda, non dovrebbe scegliere gli outlet. Ma, si sa, in tempi di crisi, la voglia di risparmiare ha la massima priorità.

FR: Se gli affari vanno così bene, significa anche che disponete di molti fondi per nuovi investimenti. Pensate di ampliare le vostre attività? Di investire in nuovi outlet?

Intervista al direttore dell'outlet *ItalianShop* (2)

- CF: Guardi, i direttori di tutti gli outlet lavorano in stretto contatto tra di loro. Il nostro gruppo intende aprire delle nuove cittadelle dello shopping nei pressi degli aeroporti italiani. A Venezia, per esempio, ne abbiamo aperto uno che nel giro di sei mesi ha contato 500 mila visitatori e un giro d'affari di 10 milioni di euro. Non sono mica bazzecole, signorina... Ora abbiamo altri progetti a Milano, Roma e Napoli. Uno è già in costruzione a Vicenza e lo inaugureremo entro il 2010.
- FR: Vi indirizzate ad una fascia sociale ben precisa aprendo queste nuove sedi? E poi non credete che il mercato sia già saturo? In fondo gli outlet non sono più una novità.
- CF: E' vero, signorina, ma noi abbiamo individuato una nuova classe di consumatori. Fino a qualche anno fa puntavamo sulle famiglie, ora invece puntiamo sui turisti e soprattutto sui turisti extra Ue. A Mantova gli acquisti dei turisti sono cresciuti del 132 % ed ogni acquisto ammonta mediamente a 300 €. Sono cifre per noi molto interessanti.
- FR: Ma perché menzionava i turisti dell'extra Ue? Non sono quelli che sono maggiormente colpiti dalla crisi economica?
- CF: Potrebbe sembrare così, ma i dati di cui disponiamo dicono esattamente il contrario. L'outlet di Valmontone, per esempio, è molto ben frequentato dai cittadini russi che sono quelli che spendono di più in Italia: in media 430€. Come vede le potenzialità sono enormi.
- FR: La ringrazio per la piacevole conversazione.
- CF: Si figuri, sono io a ringraziarLa.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE
Intervista al direttore dell'outlet *ItalianShop*

Situazione

Corrado Francesini dirige l'outlet *ItalianShop* che si trova nei pressi di Firenze. Negli outlet italiani si registra una notevole crescita di clienti e così la RAI decide di intervistare un direttore per capire i segreti di questo successo.

Il vostro compito:

- 1** Leggete l'introduzione e il questionario qui sotto.
- 2.** Ascoltate la registrazione e indicate con una crocetta il punto che corrisponde al contenuto dell'intervista.

1. Gli outlet hanno aumentato il giro d'affari del
 - del 14 %
 - del 40 %
 - del 44 %.
2. I grandi gruppi hanno fatto le scelte
 - giuste
 - geniali
 - giustificate.
3. Gli outlet sono
 - delle ville dello shopping
 - delle villeggiature dello shopping
 - dei villaggi dello shopping.
4. Nell'outlet si trovano
 - 102 negozi
 - 120 negozi
 - 122 negozi.
5. Tutto è in funzione
 - dello sport
 - dello stile
 - dello shopping.
6. E' uno shopping che crea
 - nessuno stress
 - poco stress
 - molto stress.

SEITE 2

Intervista al direttore dell'outlet *ItalianShop*

7. Gli sconti vanno
 - dal 35 % al 75 %
 - dal 30 % al 70 %
 - dal 37 % al 77 %

8. Gli outlet vendono capi della stagione
 - precedente
 - attuale
 - passata.

9. Il gruppo vuole aprire altri outlet
 - vicino alle autostrade
 - vicino alle aree di servizi
 - vicino agli aeroporti.

10. Ci sono progetti
 - per Milazzo, Rovigo e Narzole
 - per Milano, Roma e Napoli
 - per Messina, Rovereto e Narni.

11. Per gli outlet il mercato è
 - saturo
 - scarso
 - solido.

12. Gli outlet puntano sui turisti
 - dell'extra Unione Europea
 - dell'Unione Europea
 - degli Stati Uniti.

13. Mediamente un turista spende
 - 100 €
 - 200 €
 - 300 €.

14. Le potenzialità degli outlet sono
 - grandissime
 - piccolissime
 - discrete.

◀ **CD Track 5**

REGISTRAZIONE N°4

Intervista con un commesso dell'outlet *ItalianShop* (1)
(*Transkription des Hörtextes*)

Situazione

Dopo aver intervistato Corrado Francesini, direttore dell'outlet *ItalianShop*, Franca Rametti entra nei negozi per intervistare i clienti e il personale. Lì si rivolge a Marco Parisi un giovane commesso che lavora in una boutique.

FR = Franca Rametti

MP = Marco Parisi

FR: Salve, sono Franca Rametti della RAI. Volevo farti qualche domanda sul tuo lavoro e sugli outlet in generale. Hai un attimo di tempo?

MP: Ma come no, entra pure. Sarò un po' emozionato perché è la prima volta che mi intervistano... Ma dimmi, cosa ti interessa sapere?

FR: Innanzi tutto volevo chiederti come ti trovi a lavorare in un ambiente come questo.

MP: Ma guarda, benissimo. Qui uno è sempre a contatto con un pubblico giovane. Gli outlet sono ormai diventati la meta preferita dai teenagers, il luogo ideale per passare il tempo libero: snobbano i musei e vengono da noi, di più non si può chiedere.

FR: E dicci: gli affari vanno bene anche con la crisi?

MP: Non sappiamo cosa significhi la parola crisi. Da noi la gente continua a venire. Sai, siamo molto innovativi e abbiamo idee geniali. Per esempio questa settimana abbiamo lanciato la "rottamazione del giubbotto": i clienti ci possono portare le loro vecchie giacche che noi ritiriamo per 40 euro detraibili dall'acquisto di un nuovo giubbotto.

FR: D'accordo, ma cosa ne fate delle vecchie giacche... rottamate?

MP: I capi rottamati saranno donati all'associazione non profit *Immigrazione oggi* che provvederà a distribuirle alle persone più bisognose. Dunque svolgiamo anche una funzione sociale.

FR: Senti Marco, abbiamo sentito che ultimamente questo outlet ha assunto 100 nuovi commessi e che il giro d'affari è molto positivo. Ma spiegaci: una grande fetta del vostro pubblico è composta da giovani, e si sa che i giovani non possono ancora avere grandi somme da spendere, quindi come fate ad essere sempre interessanti per loro?

MP: Le cittadelle dello shopping dimostrano grande vitalità e fantasia: offriamo le grandi marche a prezzi stracciati. Certo, gli abiti sono della passata stagione, ma vanno tutti forte. In clima di recessione e di crisi, tutte le soluzioni vanno bene.

FR: Abbiamo pure letto che puntate sul low cost. Ci potresti spiegare in poche parole di cosa si tratta?

Intervista con un commesso dell'outlet *ItalianShop* (2)

MP: Ma è semplice: il low cost è il lusso da star. Sono grandi stilisti che creano abiti per pochi euro. Sono capi firmati da Stella McCartney, Madonna, Roberto Cavalli, Santo Pinocchio... camicette a 50 euro, scarpe a 30, abiti a 40, borse a meno di 13.

FR: Sono dei capi griffati veramente molto belli. Dunque in questo modo riuscite a raggiungere un pubblico molto ampio, non solo quello esclusivo. E poi, per essere alla moda non è più fondamentale vestire con brand di lusso...

MP: ... e non è più necessario venire in macchina a fare dello shopping. La nostra direzione ha organizzato un servizio navetta gratis che parte dal centro cittadino, attraversa i comuni vicini e arriva fin qui da noi. I pullman sono sempre strapieni i fine settimana e ogni volta si formano lunghissime file alle casse.

FR: Dunque nessuno torna a mani vuote!

MP: Assolutamente no. Proprio perché ci sono negozi per tutte le tasche a prezzi sempre scontati. Il mio consiglio è di passare da noi di giovedì quando in genere arriva la merce e di conseguenza c'è più scelta di taglie e di modelli. E' una grande soddisfazione lavorare in un outlet.

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE
Intervista con un commesso dell'outlet *ItalianShop*

Situazione

Dopo aver intervistato Corrado Francesini, direttore dell'outlet *ItalianShop*, Franca Rametti entra nei negozi per intervistare i clienti e il personale. Lì si rivolge a Marco Parisi un giovane commesso che lavora in una boutique.

Il vostro compito:

1. Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto.

Attenzione! In ogni frase c'è un elemento che non corrisponde al contenuto della registrazione.

2. Ascoltate la registrazione e sottolineate l'elemento che non corrisponde.

- 1.** Il giovane commesso lavora malvolentieri nell'outlet.
- 2.** Sono soprattutto gli adulti che frequentano gli outlet.
- 3.** A causa della crisi meno gente viene agli outlet.
- 4.** Per l'acquisto di due nuovi giubbotti c'è uno sconto di 40 euro.
- 5.** Qualche volta gli outlet svolgono anche una funzione politica.
- 6.** Ultimamente l'outlet ha assunto 100 nuove segretarie.
- 7.** Negli outlet i prezzi delle grandi marche sono alti.
- 8.** I modelli low cost sono creati da grandi aziende.
- 9.** Con il low cost si raggiunge un pubblico molto esclusivo.
- 10.** Un servizio navetta a pagamento porta i clienti nell'outlet.
- 11.** La nuova merce arriva mercoledì.

◀ **CD Track 6**

REGISTRAZIONE N°5

Intervista a una famosa stilista italiana (1)

(Trascripzione des Hörtextes)

Situazione

Caterina Maltese è una giovane stilista italiana che sta avendo enorme successo in tutto il mondo. La intervistiamo per conoscere da vicino la sua moda.

CM = Caterina Maltese

I = Intervistatore

I: Il Suo nome ed i suoi modelli sono ormai su tutti i maggiori quotidiani del mondo? A cosa deve il Suo successo?

CM: Il segreto del mio successo è che io ho sempre lavorato per divertirmi. Mio padre mi voleva avvocato e quando ha saputo che avevo intenzione di diventare stilista, mi ha prestato 10.000 euro, così quasi per scherzo. Per me era una scommessa, con questi soldi sono riuscita a fondare una piccola azienda che in pochi anni si è affermata sul mercato italiano. Ora mi conoscono in tutto il mondo.

I: A quali modelli si ispirano i Suoi vestiti?

CM: La mia è una donna Anni '80 che si ispira all'edonismo di quegli anni, quando trionfavano colore, consumismo, quando la Borsa di Milano era in crescita e ... si aveva fiducia nelle banche.

I: Io sono nato nel 1987 e non ho particolari ricordi di quegli anni. Quali sono le caratteristiche di questi vestiti?

CM: Sono vestiti dalle linee morbide, con maniche a palloncino e spalle larghe, lo "spallone", come si dice in gergo. Su camicie e gonne sbocciano variopinti giardini estivi. I pantaloni di raso sono ricoperti di fiori orientali, le giacche a doppiopetto rosa, azzurro o giallo intenso.

I: Dunque una donna estremamente elegante, classica, molto femminile. Allora i jeans non sono più di moda.

CM: Le mie donne sono un arcobaleno di eleganza. Ma per le donne più sportive la scelta è fra i jeans dalla linea stretta e quelli in stile hippie a gamba larga. Se si portano con gli occhiali da sole dalla forma ampia e arrotondata, i gioielli e gli altri accessori creati da me, anche le creazioni più sportive sono assolutamente esclusive.

I: Dunque, se ho capito bene i Suoi vestiti sono pensati per una donna giovane che ama la freschezza nel vestire e i colori elettrici. Una donna che è attenta ai particolari e vuole dare importanza alla propria femminilità. E per le donne più mature?

Intervista a una famosa stilista italiana (2)

CM: Abbiamo pensato anche a loro. La mia collezione *Glam* si rivolge alle donne dai 30 ai 50 anni che amano cambiare continuamente lo stile: da quello quotidiano per vivere tutti i giorni in originalità, a quello “sport fashion” più casual, fino a quello elegante per serate di gala.

I: Ci può spiegare brevemente le tendenze della moda estiva?

CM: Guardi, protagonisti assoluti dell'estate sono l'abito e la camicia dalle linee morbide, realizzati con materiali leggerissimi, cotone, jersey, seta, organza, dalle tonalità rosate e verde acqua con piccoli tocchi di moro, all'insegna del *Romantic City*.

I: Mi sembrano vestiti abbastanza tradizionali. Mi sarei aspettato un gusto, come dire... più ribelle.

CM: Sì, lo immaginavo. Per l'estate ho creato un'altra linea che si chiama *Stile coloniale*. I capi d'abbigliamento sono un patchwork di materiali e colori che rimandano all'avventura e alla natura selvaggia: offriamo la “giacca safari”, realizzata in cotone e in lino, abiti folk, pantaloni beige e verde militare, giacche in pelle e maxicamicie color tabacco.

I: Penso proprio che i Suoi vestiti abbiano uno stile giovane e inconfondibile. E' un abbigliamento femminile di alta qualità, frutto di uno spirito molto creativo e attento alle esigenze del mercato.

CM: La ringrazio per il complimento.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

Intervista a una famosa stilista italiana

Situazione

Caterina Maltese è una giovane stilista italiana che sta avendo enorme successo in tutto il mondo. La intervistiamo per conoscere da vicino la sua moda.

Il vostro compito:

1. Leggete attentamente questa pagina.
2. Ascoltate la registrazione e eseguite i compiti.

A. La carriera di Caterina Maltese – completate secondo il contenuto della registrazione.

- 1.1. Suo padre le ha prestato _____
- 1.2. Con questi soldi ha fondato _____
- 1.3. In pochi anni si è affermata sul _____
- 1.4. Oggi è conosciuta in _____

B. Le parole delle due colonne formano un insieme. Mettete il numero delle parole di destra accanto a quelle di sinistra. Attenzione può essere più di un numero!

La collezione per le donne giovani:

i modelli

i vestiti +
le camicie e gonne +
i pantaloni +
le giacche +

le caratteristiche

1. variopinto
2. rosa
3. giallo intento
4. morbido
5. di raso
6. azzurro
7. ricoperto di fiori orientali

i modelli

i jeans +
gli occhiali da sole +

le caratteristiche

1. dalla linea stretta
2. dalla forma ampia e arrotondata
3. a gamba larga

SEITE 2

Intervista a una famosa stilista italiana

La gamma della collezione *Glam*

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| lo stile quotidiano + | 1. uno stile elegante |
| lo stile <i>sport fashion</i> + | 2. uno stile pieno di originalità |
| lo stile elegante + | 3. uno stile più casual |

La linea *Stile coloniale*:

<u>i modelli</u>	<u>le caratteristiche</u>
le giacche safari +	1. beige
gli abiti +	2. color tabacco
i pantaloni +	3. folk
le altre giacche +	4. verde militare
le maxicamicie +	5. in pelle
	6. in lino
	7. in cotone

◀ **CD Track 7**

REGISTRAZIONE N° 6

Conversazione intorno al mondo della moda maschile (1)

Situazione

Francesco Rosari e Laura Bontempelli, due giovani giornalisti, si intrattengono intorno a diversi temi riguardanti la moda maschile.

Laura Bontempelli: giornalista

Francesco Rosari: giornalista

LB: Eh sì, ho l'impressione che stiamo vivendo in un periodo difficile per il mondo della moda: crisi economica, insicurezza finanziaria... la gente è preoccupata, insicura: vuole spendere meno, ma avere la stessa qualità e la stessa eleganza nel vestire.

FR: E' vero, ma penso che si debba rimanere ottimisti perché i nostri stilisti hanno sempre mostrato grande capacità di adattamento al mercato.

LB: A proposito, lo sai che gli stilisti italiani puntano sempre di più sulla moda maschile? Ieri leggevo che l'Italia è il più grande produttore di moda maschile a livello mondiale.

FR: Davvero? Non lo sapevo. Però negli ultimi anni ho notato anch'io che alle grandi sfilate di moda le collezioni uomo sono sempre più innovative e creative di quanto lo siano quelle per la donna.

LB: Sì, senz'altro. Io, però, ho l'impressione che l'uomo faccia fatica ad accogliere le linee più innovative proposte dagli stilisti. Gli uomini, come dire, sono ancora tradizionalisti nel vestire e non possiedono quell'interesse per la bellezza dell'abbigliamento che caratterizza la donna.

FR: Ma no, non è vero. Negli ultimi anni è cambiato l'atteggiamento maschile nei confronti della moda, come è cambiata la percezione estetica che l'uomo ha del proprio corpo. Tutti gli uomini ormai fanno fitness, usano prodotti di bellezza, spendono un sacco di soldi in creme e profumi.

LB: A proposito: lo sai che è tornato di moda l'uomo muscoloso? Negli ultimi anni sfilavano solo modelli magrissimi, curvi, trasandati. Non avevano certo un bel fisico. Ma nelle ultime passerelle ho rivisto il trend dell'uomo-uomo, quello con un fisico per cui girarsi, quello da cui ci piacerebbe essere abbracciate.

Conversazione intorno al mondo della moda maschile (2)

FR: E con i baffi!

LB: Scusa?!

FR: Con i baffi, ho detto. Non lo sai? I baffi ritornano ad essere di moda, servono ad esaltare la vanità maschile. Proprio due giorni fa ho ricevuto un invito per una sfilata di moda a Milano. Nella lettera lo stilista ha infilato dei baffi in feltro nero e ha pure esortato gli invitati a metterli alla sfilata perché tutti i modelli avranno i baffetti. Originale, no?

LB: Senz'altro. Ma dimmi, piuttosto, che gusti hai tu nel vestire?

FR: Guarda, puoi dirmi quello che vuoi, ma resta un fatto: il nero non tramonta mai. Gli stilisti possono introdurre colori su colori, ma alla fine vince sempre lui: il nero. Il look "total black" è l'unico mio ideale.

LB: Dunque sarai un grande ammiratore di Armani. Però devi ammettere che il nero è piuttosto un colore per i mesi bui, per l'inverno, non certo per la luminosità dell'estate.

FR: D'accordo, per un outfit estivo e alla moda preferisco anch'io gli abbinamenti di colori. Lo sai che la prossima moda per l'estate si fa ispirare dall'abbigliamento sportivo? Avremo un sacco di uomini che girano in tuta, in canottiera, in pantaloncini corti e...

LB: ... con i baffi.

FR: A proposito di estate: hai notizie sui nuovi trend in fatto di costumi da bagno maschili?

LB: Certo: ormai gli shorts lunghi da surfista sono spariti quasi del tutto. Sono in voga i "boxer" da mare con un taglio molto sportivo. Le stampe floreali sono passate di moda, e invece dominano i colori forti, accesi.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE
Conversazione intorno al mondo della moda maschile

Situazione

Francesco Rosari e Laura Bontempelli, due giovani giornalisti, si intrattengono intorno a diversi temi riguardanti la moda maschile.

Il vostro compito:

- 1. Leggete l'introduzione e il questionario qui sotto.*
- 2. Ascoltate la registrazione e indicate con una crocetta il punto che corrisponde al contenuto dell'intervista.*

1. E' un periodo difficile
 - per il mondo delle banche
 - per il mondo della moda
 - per il mondo dell'economia.

2. Gli stilisti italiani mostrano una capacità d'adattamento
 - graduale
 - grave
 - grande.

3. L'Italia è il più grande produttore di moda
 - per bambini
 - per donne
 - per uomini.

4. Le collezioni uomo sono
 - più innovative e creative
 - meno innovative e creative
 - altrettanto innovative e creativedi quelle per le donne.

5. Gli uomini
 - non sono più
 - sono ancora
 - non sono mai statitradizionalisti nel vestire.

SEITE 2

Conversazione intorno al mondo della moda maschile

6. Tutti gli uomini spendono molti soldi
- in creme e pantaloni
 - in camicie e profumi
 - in creme e profumi.
7. I baffi sono
- sempre di moda
 - tornano ad essere di moda
 - non sono più di moda.
8. A Francesco
- piacciono i colori
 - piace il nero
 - piacciono il nero e i colori.
9. Secondo Laura il nero è un colore
- per l'invidia
 - per l'inverno
 - per l'inversione.
10. La prossima moda per l'estate si fa ispirare
- dall'abbigliamento sportivo
 - dall'abbigliamento spolverato
 - dall'abbigliamento sproporzionato.

◀ **CD Track 8**

REGISTRAZIONE N° 7

Il grande freddo non perdona: intervista ad un meteorologo (1)

(Traskription des Hörxtes)

Situazione

Siccome da diverse settimane l'Italia è flagellata dal maltempo, Luisa Bicchi intervista Franco Cattaneo che redige ogni mattina il bollettino meteo per la televisione.

FC = Franco Cattaneo

LB = Luisa Bicchi

LB: Vento forte, pioggia e neve, traghetti bloccati, due morti sull'autostrada Salerno-Reggio Calabria. Questo è il primo bilancio dell'ondata di maltempo che ha investito l'Italia. Ma scusi, cosa sta succedendo al nostro Bel Paese?

FC: Eh... purtroppo l'Italia è colpita da una corrente di aria fredda di origine artica che alimenta ulteriormente la perturbazione presente da giorni. Prevediamo per la prossima settimana condizioni estreme di maltempo sia al nord che al sud. Non c'è niente da stare allegri.

LB: Sarà difficile raggiungere le isole? Rimarranno isolate per più giorni?

FC: Credo proprio di sì. Le raffiche di vento raggiungono i 120 chilometri orari e la navigazione sarà molto difficile. Abbiamo notizie che in Sicilia il traghetto delle Grandi Navi Veloci diretto verso Genova è dovuto rientrare in porto dopo che le onde avevano infranto alcune vetrate. Il servizio di traghetti verso le Eolie è stato interrotto. Troppo pericoloso.

LB: La Puglia è stata particolarmente colpita dalle precipitazioni nevose. Ha nevicato dovunque sopra i 200/300 metri e la neve dovrebbe continuare a cadere per tutta la giornata.

FC: Il nostro servizio meteo prevede che su tutto il sud continuerà a nevicare e domani penso proprio che i sindaci saranno costretti a chiudere le scuole. I primi miglioramenti cominceranno solo fra circa dieci giorni.

LB: Abbiamo notizia che cinque giovani dai 23 ai 25 anni sono rimasti bloccati dentro un fuoristrada in Sardegna, nella zona del Monte Limbara. Siccome i cellulari non avevano ricezione, sono rimasti isolati per 24 ore e sono stati recuperati solo alle 3 di questa mattina da una squadra dei vigili del fuoco.

FC: Non consiglio a nessuno di percorrere le strade di montagna al sud. La pioggia è battente e le nevicite molto intense. Praticamente non c'è una strada che non sia stata colpita da frane. In Calabria il governo ha già dichiarato lo stato d'emergenza su tutto il territorio.

Il grande freddo non perdona: intervista ad un meteorologo (2)

LB: Il grande freddo colpirà con altrettanta violenza il nord del Paese?

FC: Sì. Una depressione fredda dalla Russia e la bassa pressione che arriva dall'oceano atlantico causeranno un peggioramento delle condizioni meteo. Le neviccate all'inizio saranno deboli, ma a partire da domenica pomeriggio diventeranno molto intense. Complessivamente prevediamo 40-50 cm di neve in montagna e fino a 20-25 cm in pianura.

LB: Dunque la situazione si fa tragica per chi, nelle grandi città, vive per strada.

FC: Sì, certamente. Anzi, a questo proposito vorrei consigliare ai sindaci delle grandi città di mobilitare la protezione civile e garantire un pasto caldo per i senza fissa dimora. So che ogni città è molto attrezzata per evenienze simili, ma non bisogna perdere tempo perché il freddo glaciale non perdona.

LB: E che cosa ci può dire della costa adriatica e dell'Italia centrale?

FC: In queste parti del Paese le precipitazioni previste sono moderate e per ora non ci sono problemi per la circolazione stradale. Probabilmente splenderà il sole, ma il forte vento creerà non pochi problemi al traffico aereo.

LB: Dunque si preannuncia un inverno molto rigido.

FC: Le prime avvisaglie non promettono nulla di buono, ma è ancora presto per dire se registreremo delle temperature minime da record. Per il momento consiglio a tutti di essere molto prudenti e di mettersi in viaggio solo se necessario.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

Il grande freddo non perdona: intervista ad un meteorologo

Situazione

Siccome da diverse settimane l'Italia è flagellata dal maltempo, Luisa Bicchi intervista Franco Cattaneo che redige ogni mattina il bollettino meteo per la televisione.

A. Luisa Bicchi parla del maltempo. Quali termini usa? Mettete una crocetta alle parole che sentite nella registrazione.

- vento
- pioggia
- nebbia
- neve
- ondata di maltempo
- ondata di freddo
- aria fredda
- precipitazioni
- perturbazioni
- condizioni estreme
- condizioni difficili

B. Le parole delle due colonne formano un insieme. Mettete il numero delle parole di destra accanto a quelle di sinistra.

La situazione:

le raffiche di vento +

la navigazione +

il servizio di traghetti +

1. difficile

2. 120 km

3. interrotto

ha nevicato +

la Puglia +

cadute di neve +

1. per tutta la giornata

2. sopra i 200/300 metri

3. colpita da precipitazioni nevose

Cinque giovani sono ...

rimasti bloccati +

rimasti isolati +

stati ricuperati +

1. per 24 ore

2. alle 3.00 di questa mattina

3. dentro un fuoristrada

SEIITE 2

Il grande freddo non perdona: intervista ad un meteorologo

Al sud:

la pioggia +
le nevicate +
tutte le strade +

1. colpite da frane
2. molto intense
3. battente

Si prevedono ...

40-50 cm di neve +
20-25 cm di neve +

1. in montagna
2. in pianura

Per aiutare i senza fissa dimora i sindaci devono ...

mobilitare +
garantire +
agire +

1. senza perdere tempo
2. la protezione civile
3. un pasto caldo

Nell'Italia centrale:

le precipitazioni +
la circolazione +
il sole +

1. splendente
2. moderate
3. buona

◀ **CD Track 9**

REGISTRAZIONE N° 8

L'Italia nella morsa del grande caldo: i consigli di una dietologa (1)

(Trascrizione des Hörtextes)

Situazione

Giulia Rebaudenghi, affermata dietologa di Torino, viene intervistata intorno alle misure da prendere siccome in tutta Italia il caldo è soffocante.

GR = Giulia Rebaudenghi

I = Intervistatore

I: Dottoressa Rebaudenghi, nelle maggiori città italiane si registrano temperature che toccano i 35-38°C, al sud si è addirittura arrivati a 40°C. Afa e mancanza di vento rendono la vita impossibile. Cosa significa tutto questo per il corpo umano?

GR: Significa che ognuno di noi è a rischio ed in particolare i bambini e le persone anziane. Io consiglio loro di bere molta acqua minerale indipendentemente dalla sete. Il numero dei bicchieri da consumare durante la giornata deve essere tra gli 8 e i 12. E' anche importante indossare vestiti di cotone o di lino ed evitare i capi con fibre acriliche.

I: Gli italiani sono un popolo a cui piace stare al mare, andare in spiaggia, abbronzarsi e gozzovigliare. Devono cambiare le loro abitudini?

GR: Assolutamente no. Anzi, rimanere in riva al mare è salutare perché è ventilato e quindi si soffrono di meno le alte temperature. Ma mi raccomando: quando si va in spiaggia bisogna proteggere il corpo con creme solari e non passare troppe ore al sole. E' molto importante rimanere all'ombra e sorseggiare una bevanda fresca, non ghiacciata.

I: Purtroppo però non tutti possono permettersi di passare i pomeriggi al mare. Chi rimane in città come deve comportarsi?

GR: A chi non ha la possibilità di godersi l'ombra refrigerante di un bosco o di un parco, consiglio di rimanere in ambienti chiusi dotati di aria condizionata e fare docce frequenti con acqua tiepida o fresca.

I: Agli italiani piace mangiare bene e molto. Possono continuare le loro abitudini culinarie anche con il caldo oppure devono cambiarle? Si sa che i pareri degli esperti sono spesso discordi.

L'Italia nella morsa del grande caldo: i consigli di una dietologa (2)

GR: Le persone giovani, sane e fisicamente in forma non devono cambiare le loro abitudini di vita. Per gli altri, invece, un'alimentazione equilibrata è estremamente importante e qualche volta può salvare addirittura la vita. Occorre fare pasti leggeri, a base di frutta e verdura, evitare vino, birra e superalcolici e privilegiare il consumo di pesce.

Consiglierei di prendere quattro, cinque piccoli pasti durante la giornata, ricchi di verdura e frutta fresca, evitando cibi pesanti e ipercalorici come fritti e carni grasse.

I: Poco fa menzionava l'aria condizionata. Il condizionatore può essere di grande aiuto ma anche molto pericoloso, vero? Spesso le persone lo utilizzano in modo indiscriminato.

GR: Il condizionatore può essere usato, ma con giudizio. Bisogna evitare i continui passaggi dagli ambienti caldi a quelli più freschi, soprattutto se si soffre di una malattia respiratoria. La temperatura va regolata sui 25-27°C, non troppo bassa rispetto a quella esterna. Così si evitano i bruschi sbalzi di temperatura che creano spesso malesseri.

I: Con il grande caldo la concentrazione di ozono nell'aria è di tre volte superiore alla media. Che cosa si può fare per proteggersi?

GR: Le fasce più a rischio sono gli anziani e i bambini. La raccomandazione è di non uscire assolutamente fra le ore 12 e le 17, quando più alta è la concentrazione di ozono nell'aria che respiriamo. Inoltre non va dimenticato che in estate è sempre attivo un call center al quale i cittadini potranno rivolgersi per consigli e richieste di intervento. E' molto importante prevenire i rischi e per questo le ondate di calore saranno anche annunciate con 72 ore di anticipo ai pazienti interessati attraverso dei messaggi sms sui cellulari.

VERIFICA DELLA COMPRENSIONE ORALE
L'Italia nella morsa del grande caldo: i consigli di una dietologa

Situazione

Giulia Rebaudenghi, affermata dietologa di Torino, viene intervistata intorno alle misure da prendere siccome in tutta Italia il caldo è soffocante.

Il vostro compito:

1. Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto. *Attenzione! Sono tutte incomplete.*
2. Ascoltate l'intervista e completate le frasi con l'elemento o gli elementi che mancano.

1. Nelle città le temperature toccano i _____ .
2. Al sud le temperature arrivano ai _____ .
3. Con il grande caldo sono a rischio particolarmente _____
e _____ .
4. Si dovrebbero bere _____ bicchieri
d'acqua.
5. Si dovrebbero indossare vestiti di _____ o _____ .
6. In riva al mare si soffrono di meno _____ .
7. Ma non è raccomandabile passare troppe _____ .
8. Chi non può stare in riva al mare dovrebbe rimanere in ambienti dotati di
_____ .
9. Le persone a rischio dovrebbero consumare pasti a base di _____
_____ .e privilegiare _____ .
10. Bisogna regolare il condizionatore su una temperatura di _____ .
11. Con il caldo, la concentrazione di ozono è _____
superiore _____ .
12. Bambini e anziani non dovrebbero uscire _____ .
13. I cittadini possono rivolgersi ad un call center per consigli e _____
_____ .

◀ **CD Track 10** **Registrazione N° 9**
Una azienda italiana si presenta (1)
(*Traskription des Hörtextes*)

Situazione

Francesca Indigesti dirige una catena italiana di negozi di scarpe e vuole avviare una collaborazione con il calzaturificio *Giorgetti*. A questo scopo richiede un incontro con Marco Bentivoglio, presidente e fondatore dell'azienda.

FI = *Francesca Indigesti*

MB = *Marco Bentivoglio*

FI: Buongiorno dott. Bentivoglio. La ringrazio di aver accettato questo incontro. E' mia intenzione avviare una collaborazione con la Sua azienda nel settore della scarpa per il tempo libero e a questo proposito desidererei avere più notizie intorno ai vostri prodotti.

MB: Sono a Sua disposizione, signora. Noi siamo un'azienda giovane, eclettica, motivata, anticonformista, eccentrica, ambiziosa, combattiva e che guarda con enorme interesse a nuovi tipi di cooperazione.

FI: Come Le dicevo, a noi interessano le scarpe per il tempo libero, scarpe che si calzano per una passeggiata in città, una scampagnata senza troppe pretese con i nonni, una serata in compagnia di amici sul lungomare o un pomeriggio in giardino davanti a una bella grigliata fumante. Avete dei prodotti che fanno al caso nostro?

MB: Prodotti che fanno al caso vostro? Ma signora, noi siamo i leader mondiali nel settore della scarpa per il tempo libero! Da noi si serve tutta una rete internazionale di rivenditori in Austria, Germania, Francia, Inghilterra, Stati Uniti. Ora stiamo esportando con sempre maggiore intensità verso la Cina. La scarpa per il tempo libero è il fiore all'occhiello della nostra produzione.

FI: Dunque siete uno dei marchi globali più conosciuti al mondo. Siete quotati in Borsa? O per essere precisi: è consigliabile essere quotati in Borsa?

MB: La *Giorgetti* andrà in Borsa tra due mesi. Lo vogliamo fare per accrescere la nostra visibilità internazionale, per rafforzare il legame con il nostro top management e attirare nuovi cervelli nel nostro progetto. Il denaro fresco che arriverà dalla Borsa servirà a finanziare nuove idee.

FI: Si racconta che la maggior parte dei modelli li inventi Lei. E' vero? Si dice anche che la famosa scarpa *sportex* sia nata dopo una gita in montagna. E' semplicemente una favola?

Una azienda italiana si presenta (2)

MB: Nella *Giorgetti* non esistono favole, signora. La *sportex* è una scarpa che ho creato otto anni fa durante un viaggio negli Stati Uniti. Dopo un'intensa giornata di lavoro i colleghi americani ci hanno proposto di vedere il Grand Canyon. Mi sono cambiato, ho indossato un paio di jeans, una maglietta e quando dovevo mettere le scarpe da ginnastica mi son detto: "Però, quanto son brutte! Qui bisogna adattare il look ai posti che visiteremo". Allora ho cercato un coltello, ho fatto dei buchi laterali nelle scarpe, ho colorato la tela con il rossetto di mia moglie, la penna blu mi è servita per colorare la suola, le stringhe le ho tagliate a metà e le ho lasciate sfrangiate. Un successone: prima in America, poi nel resto del mondo.

FI: Chi sono i vostri principali concorrenti? E soprattutto: chi temete maggiormente sul mercato internazionale?

MB: Non esistono dei veri concorrenti per noi. Le calzature per il tempo libero rappresentano ormai il 90 % dei consumi a livello globale e noi vogliamo soddisfare le esigenze e le richieste del mercato. Quello che Le posso dire è che non abbiamo nessuna intenzione di diversificare il nostro business. Siamo ormai una delle prime aziende calzaturiere in Italia in appena dieci anni di attività, ma non abbiamo ancora raggiunto i livelli dei grandi gruppi americani. La nostra sfida per i prossimi anni sarà quella di avere un management agguerrito sul mercato americano. Sono molto ottimista per il futuro.

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

Una azienda italiana si presenta

Situazione

Francesca Indigesti dirige una catena italiana di negozi di scarpe e vuole avviare una collaborazione con il calzaturificio *Giorgetti*. A questo scopo richiede un incontro con Marco Bentivoglio, presidente e fondatore dell'azienda.

Il vostro compito:

1. Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto.

Attenzione! Alcune corrispondono al contenuto della registrazione, altre no.

2. Ascoltate la registrazione e sottolineate **SÌ** o **NO** secondo il contenuto.

- SÌ? o No?** La signora Indigesti vuole collaborare con il calzaturificio *Giorgetti*.
- SÌ? o No?** Marco Bentivoglio si interessa a nuovi tipi di collaborazione.
- SÌ? o No?** Alla signora Indigesti interessano scarpe per la città.
- SÌ? o No?** La *Giorgetti* è leader mondiale nel settore della scarpa per il tempo libero.
- SÌ? o No?** La *Giorgetti* esporta verso l'Austria, la Germania, la Francia, l'Inghilterra e gli Stati Uniti.
- SÌ? o No?** La *Giorgetti* andrà in borsa tra due anni.
- SÌ? o No?** Andare in borsa permette di finanziare nuove idee.
- SÌ? o No?** La famosa scarpa *sportex* è nata dopo una gita al mare.
- SÌ? o No?** La *sportex* è stata creata quattro anni fa.
- SÌ? o No?** Per creare la *sportex* Marco Bentivoglio ha preso una scarpa da ginnastica.
- SÌ? o No?** Poi ha fatto dei buchi laterali.
- SÌ? o No?** Ha colorato la tela con il rossetto.
- SÌ? o No?** E ha usato una penna nera per colorare la suola.
- SÌ? o No?** La *Giorgetti* ha molti concorrenti.
- SÌ? o No?** Marco Bentivoglio vuole assolutamente diversificare il suo business.
- SÌ? o No?** Nei prossimi anni Marco Bentivoglio vuole conquistare il mercato

◀ **CD Track 11** **REGISTRAZIONE N° 10**
L'azienda dolciaria *Torrone International* si racconta (1)
(*Transkription des Hörtextes*)

Situazione

Luigi Sassaro si intrattiene con Maria Prisma che, con il marito, ha fondato l'azienda dolciaria *Torrone International*. Conversando rifanno la storia dell'azienda italiana, una delle più importanti a livello mondiale.

LS = *Luigi Sassaro*

MP = *Maria Prisma*

LS: Come vanno gli affari, Maria? Siete sempre in piena attività tu e tuo marito?

MP: Gli affari vanno molto bene, la presenza internazionale del nostro Gruppo si rafforza su tutti i mercati internazionali e la freschezza dei nostri prodotti dolciari è apprezzata in tutto il mondo. Grazie al cielo lo stress per me e mio marito è diminuito perché ormai abbiamo ceduto l'attività ai nostri figli, Pietro e Giovanna.

LS: Davvero, non lo sapevo! Li conoscevo quando erano piccoli piccoli, ma sono sicuro che profonderanno lo stesso entusiasmo dei genitori nel gestire lo sviluppo dell'azienda di famiglia. Ma dimmi, quando l'avete fondata esattamente?

MP: Eh sì... nel lontano 1970. Avevamo acquistato da poco una pasticceria nel centro di Torino, io mi occupavo del locale, mentre mio marito sperimentava nel laboratorio con creme varie, cioccolato, nocciole, vaniglia, panna... E così abbiamo cominciato a produrre anche per altri negozi. Poco per volta siamo diventati un punto di riferimento per la città.

LS: Me lo ricordo, me lo ricordo. E soprattutto mi è rimasto in bocca il sapore del famoso *cremuccio*: crema di nocciole, cioccolato fondente, burro, latte, zucchero... che bontà! E' stato il vostro primo grande successo, vero?

MP: Sì, fu un successo straordinario che ci ha permesso di superare la dimensione nazionale. Questo primo successo è poi stato seguito dal *buoncrema*: con questo dolcetto abbiamo veramente conquistato il mercato dolciario prima in Austria, poi in Germania e di lì ci siamo fatti conoscere nel mondo intero. Era una ricetta semplicissima fatta di cioccolato fondente, tuorli d'uovo, zucchero, latte, farina, vaniglina, caffè solubile.

LS: E ora avete una sede negli Stati Uniti, degli stabilimenti produttivi in Canada, in America Latina ed in Asia. Ma come fate a gestire un simile impero commerciale?

L'azienda dolciaria *Torrone International* si racconta (2)

MP: Abbiamo cercato di creare dei marchi distinti: ogni prodotto che immettiamo sul mercato è autonomo rispetto alla *Torrone International*, è il risultato del lavoro e della ricerca di piccole imprese indipendenti. In questo modo possiamo reagire subito ai bisogni del mercato e valorizzare al massimo il prodotto attraverso la pubblicità. Si instaura un rapporto di fiducia con i consumatori che si identificano con il marchio. I giovani si riconoscono nel *cremuccio*, i bambini nel *cioccobimbo*, le persone di una certa età nel *dolcino*, chi lavora nel *buoncrema* e così via.

LS: E' stata decisamente una strategia vincente. Ma dimmi, quali sono i numeri della vostra azienda? Ormai siete diventati una vera e propria holding.

MP: Sai che ho perso quasi il conto di tutte le società che abbiamo? Mio figlio Pietro è il presidente della *Torrone International*, la società top holding del Gruppo, che ha sede ad Amsterdam. Possiede 15 società operative di cui 8 in Europa e 7 oltremare, e 12 stabilimenti produttivi per un totale di 11.000 dipendenti.

LS: Sono cifre impressionanti! Ah... se ricordo i tempi in cui passavo a prendere un cappuccino nella vostra pasticceria di Via Garibaldi, bei tempi... costava 50 Lire.

MP: Eh sì, i tempi sono cambiati. Al momento il nostro fatturato tocca i 2,4 miliardi di Euro l'anno. Sono mica bazzecole! La responsabilità che abbiamo nei confronti dei dipendenti e dei consumatori è notevole. Ma sono contenta che i nostri figli sono rimasti legati ai valori di innovazione e qualità che hanno determinato il successo dell'azienda di famiglia.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE
L'azienda dolciaria *Torrone International* si racconta

Situazione

Luigi Sassaro si intrattiene con Maria Prisma che, con il marito, ha fondato l'azienda dolciaria *Torrone International*. Conversando rifanno la storia dell'azienda italiana, una delle più importanti a livello mondiale.

A. L'identità dell'azienda dolciaria *Torrone International*.

Il vostro compito:

Ascoltate la registrazione e completate le frasi seguenti.

1. L'azienda è presente _____ .
2. La freschezza dei prodotti è apprezzata _____ .
3. Gli attuali proprietari si chiamano _____ e _____ .
4. L'anno della fondazione: _____ .
5. La città dove è stata fondata: _____ .

B. Gli ingredienti

Il vostro compito:

Le tre liste seguenti contengono più parole di quelle che sentite. Mettete una crocetta vicino a quelle che sentite nella registrazione.

1. Il marito di Maria Prisma sperimentava con

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> burro | <input type="checkbox"/> nocciole |
| <input type="checkbox"/> creme | <input type="checkbox"/> zucchero |
| <input type="checkbox"/> latte | <input type="checkbox"/> vaniglia |
| <input type="checkbox"/> cioccolato | <input type="checkbox"/> panna |

2. Gli ingredienti del famoso *cremuccio*:

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> tuorli d'uovo | <input type="checkbox"/> burro |
| <input type="checkbox"/> crema di nocciole | <input type="checkbox"/> latte |
| <input type="checkbox"/> cioccolato fondente | <input type="checkbox"/> zucchero |
| <input type="checkbox"/> farina | |

SEITE 2

L'azienda dolciaria *Torrone International* si racconta

3. Gli ingredienti del *buoncrema*:

- panna
- cioccolato fondente
- tuorli d'uovo
- nocciole
- zucchero
- latte
- farina
- burro
- vaniglia
- caffè solubile

C. Continua l'identikit dell'azienda dolciaria Torrone International.

Il vostro compito:

Ascoltate l'ultima parte della registrazione e completate le frasi seguenti.

1. La Torrone International ha creato dei mercati _____.
2. Può reagire subito ai _____.
3. Il dolce *cremuccio* piace ai _____,
il *cioccobimbo* ai _____,
il *dolcino* alle _____ e
il *buoncrema* a chi _____.
4. La società top holding ha sede a _____.
5. Ci sono 15 società operative:
8 _____
7 _____
12 _____
6. Il fatturato tocca
_____.
7. Sono i valori di innovazione e qualità che hanno determinato _____
_____.

◀ **CD Track 12** **REGISTRAZIONE N°11**
Giovani e lavoro: intervista alla professoressa Lucia Spatola (1)
(Traskription des Hörtextes)

Situazione

La professoressa Lucia Spatola insegna Sociologia all'Università di Bologna e viene intervistata dal giornalista Paolo Chiosi che sta facendo un'inchiesta sul mondo giovanile.

LC = Lucia Spatola

PC = Paolo Chiosi

PC: Professoressa Spatola, come giudica la situazione attuale del mondo giovanile e soprattutto qual è il rapporto dei giovani con il mondo del lavoro?

LS: Il lavoro resta un'esperienza centrale nella vita dei giovani, anche se al primo posto mettono valori tradizionali come la famiglia, l'amore, l'amicizia. E poi bisogna dire che i giovani d'oggi sono pragmatici e si adattano al mondo del lavoro senza particolari tabù.

PC: Cosa significa questa affermazione? Che i giovani sono disposti a fare qualsiasi lavoro o che hanno meno voglia di lavorare?

LS: Recentemente abbiamo svolto un'inchiesta fra i giovani dai 18 ai 22 anni e l'80 % di loro ha dichiarato di aver già svolto un'occupazione: il 37 % ha un contratto a tempo indeterminato e il 43 % ha dichiarato di aver svolto almeno una volta un lavoro occasionale.

PC: Sono delle cifre molto interessanti, ma per un Paese come l'Italia con un forte divario economico tra nord e sud forse non sono proprio rappresentative. Ha delle stime più precise?

LS: Certo. Il 54 % dei giovani che hanno un lavoro a tempo indeterminato vivono al nord, mentre nel mezzogiorno solo il 24 %. Il trend si ripete anche per i lavori occasionali: al nord ne ha uno il 25 % dei giovani, al sud solo il 14 %.

PC: E' in grado di dirci se questi giovani si sentono realizzati, se cioè sono contenti del lavoro che svolgono? Spesso si sente dire che i giovani sono insoddisfatti, frustrati e delusi.

LS: La nostra ricerca ha evidenziato che il 60 % dei giovani ritiene che la propria esperienza lavorativa sia gratificante, sono cioè contenti del lavoro che svolgono. Il dato interessante è che il grado di contentezza non varia in base alla regione o alla città in cui si lavora, quanto piuttosto in base al contratto che uno ha: i giovani con il contratto a tempo indeterminato sono i più contenti. Questo è un dato che dovrebbe fare riflettere politici e manager perché dimostra che chi lavora con un contratto fisso si sente più sereno ed è quindi molto più motivato.

PC: Dunque il posto fisso è ancora l'elemento più importante nel giudicare il proprio lavoro?

LS: Sì, in parte è così. Dal nostro studio risulta che i giovani hanno tre valori fondamentali: aspirano alla sicurezza lavorativa con uno stipendio fisso, poi vogliono poter esprimere se stessi ed infine avere la possibilità di far carriera.

Giovani e lavoro: intervista alla professoressa Lucia Spatola (2)

PC: All'inizio diceva che i giovani si dimostrano particolarmente pragmatici, ma se richiedono subito il posto fisso, magari lo stipendio alto e pure un posto di livello superiore, mi pare vivano nel mondo dei sogni. Non crede che siano poco realisti?

LS: Nient'affatto. I giovani che abbiamo intervistato accettano con grande serenità contratti di lavoro a tempo determinato all'inizio della loro carriera, ma chiedono che questa fase di inserimento sia temporanea e li prepari alla possibilità di sottoscrivere contratti stabili.

PC: Un'ultima domanda, professoressa. Una delle parole che vengono più usate sul mercato del lavoro è quella della flessibilità lavorativa. I giovani che avete studiato pensano di cambiare attività lavorativa o azienda nei prossimi anni?

LS: Stranamente no. Il 63% dei giovani pensa che non cambierà il tipo di occupazione in futuro e il 61% crede di restare nella stessa azienda. Dunque anche se sono all'inizio della carriera, questi giovani percepiscono la loro situazione lavorativa come stabile o addirittura definitiva.

PC: Cosa significa questo?

LS: Significa che nella nostra società c'è bisogno di sicurezza, stabilità e tutela professionale.

SEITE 1

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE
Giovani e lavoro: intervista alla professoressa Lucia Spatola

Situazione

La professoressa Lucia Spatola insegna Sociologia all'Università di Bologna e viene intervistata dal giornalista Paolo Chiosi che sta facendo un'inchiesta sul mondo giovanile.

L'identikit dei giovani d'oggi.

Il vostro compito:

Ascoltate la registrazione e completate le frasi seguenti.

1. Il lavoro resta un' _____ .
2. Al primo posto si trovano _____ .
3. I giovani d'oggi sono _____ .

4. Il _____ % ha già svolto _____ .
5. Il _____ % ha un contratto _____ .
6. Il _____ % ha già svolto _____ .

7. Il _____ % dei giovani con un lavoro a _____
vive al _____ .
8. Il _____ % dei giovani con un lavoro a _____
vive al _____ .
9. Il _____ % che svolgono lavori _____
vive al _____ .
10. Il _____ % che svolgono lavori _____
vive al _____ .

SEITE 2

Giovani e lavoro: intervista alla professoressa Lucia Spatola

11. Il _____% dei giovani sono _____ del loro lavoro.
12. I più contenti sono i giovani con un contratto _____
_____.
13. I più motivati sono i giovani con un _____.
14. I giovani vogliono
la sicurezza _____
esprimere _____
avere la possibilità di _____.
15. I giovani accettano contratti a tempo determinato _____
_____.
16. Ma più tardi vogliono sottoscrivere _____.
17. Il _____% non desidera cambiare _____.
18. Il _____% pensa di _____.
19. Nella nostra _____ c'è bisogno di
_____,
_____ e
_____.

◀ **CD Track 13** **REGISTRAZIONE N° 12**
Giovani e lavoro: nonno e nipote a confronto (1)
(*Transkription des Hörtextes*)

Situazione

Nonno Giorgio si intrattiene con la nipote Francesca che ha diciotto anni e sta pensando al proprio futuro professionale.

G = nonno Giorgio

F = Francesca, la nipote

G: Francesca, come mai sei così pensierosa. C'è qualcosa che ti preoccupa?

F: Eh sì, nonno. Poco fa ho visto un servizio alla televisione sulle prospettive occupazionali dei giovani. C'è poco da stare allegri: il tasso di disoccupazione fra i giovani è alto, si ottengono solo contratti a tempo determinato, gli stipendi sono bassi...

G: Francesca, non ti preoccupare: quando io ero giovane avevamo gli stessi problemi. Ricordo che la mia prima occupazione è stata quella di bibliotecario, o meglio di aiuto-bibliotecario: ordinavo i libri sugli scaffali della Biblioteca Nazionale. Un lavoro che non mi dava nessun tipo di soddisfazione, la paga era da fame ed in più ero quasi tutto il giorno solo. Poi, come sai, ho fatto carriera. Occorre avere pazienza e vedrai che anche tu ti inserirai nel mondo del lavoro.

F: Il mio più grande guaio è che dopo la maturità non so che fare. Secondo te devo continuare a studiare oppure cercare una prima occupazione?

G: E' lo stesso interrogativo che mi ponevo quando ero giovane come te. E' una scelta che devi fare tu. Io ti posso solo dire che il lavoro non è solo un'occasione per guadagnare soldi, ma piuttosto per realizzare te stessa ed i talenti che hai. Il lavoro deve piacerti e motivarti, devi tornare a casa ed essere contenta di quello che hai fatto.

F: Facile a dirsi, nonno. Il fatto è che non so da dove cominciare. Penso che sia molto importante avere una buona formazione e quindi vorrei iscrivermi all'università. Dall'altra parte però non è che l'idea di studiare altri 4-5 anni mi entusiasmi. Ma serve veramente la laurea?

G: Ai miei tempi chi si laureava trovava subito lavoro. Oggi è un po' diverso, ma anche adesso la laurea non è un titolo di studio inutile e sorpassato. Però, sai, anche con la laurea non è che troverai subito il lavoro dei tuoi sogni. Voglio semplicemente dirti di dirigere le tue energie anche in altre direzioni.

Giovani e lavoro: nonno e nipote a confronto (2)

- F: Sì certo. Intanto già penso di trascorrere tutta l'estate in Inghilterra. Voglio perfezionare al massimo il mio inglese. Poi voglio migliorare le mie conoscenze tecniche ed informatiche. Sai mi piacerebbe lavorare nel campo del web design?
- G: Web design? E che bestia è?
- F: Ma nonno, il web design è un insieme di competenze che ti permettono di realizzare da un punto di vista tecnico, strutturale e grafico i siti internet!
- G: Ah, ho capito. Eh, be'... ai miei tempi queste cose non esistevano ancora. Beata gioventù! Noi usavamo quaderni e penne, leggevamo i giornali, quelli di carta, e scrivevamo lettere, quelle vere non come adesso che...
- F: Nonno, non mi sembra il caso. Non fare il matusalemme! Piuttosto dimmi, cosa potrei fare ancora?
- G: Devi essere tenace, Francesca, molto tenace. Non devi mai arrenderti davanti alle prime difficoltà. Se ti interessa il web design segui questa strada fino in fondo. Accetta fin dall'inizio ogni più piccola offerta di lavoro, anche se è poco pagata. Ti servirà in futuro.
- F: E' vero che bisogna essere disposti a lavorare in gruppo?
- G: Sì, saper lavorare in gruppo e riuscire a presentare efficacemente il proprio lavoro è di fondamentale importanza.
- F: Nonno, grazie. Mi sei stato di grande aiuto.

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

Giovani e lavoro: nonno e nipote a confronto

Situazione

Nonno Giorgio si intrattiene con la nipote Francesca che ha diciotto anni e sta pensando al proprio futuro professionale.

Il vostro compito:

1. Leggete l'introduzione e le frasi qui sotto.

Attenzione! In ogni frase c'è un elemento che non corrisponde al contenuto della registrazione.

2. Ascoltate la registrazione e sottolineate l'elemento che non corrisponde.

- 1.** Il tasso di occupazione fra i giovani è basso.
- 2.** Gli stipendi sono alti.
- 3.** Da giovane il nonno di Francesca aveva altri problemi.
- 4.** Il suo primo lavoro era biologo.
- 5.** Questo lavoro dava molta soddisfazione al nonno di Francesca.
- 6.** Francesca sa esattamente quello che vuole fare dopo la maturità.
- 7.** Nel suo futuro lavoro Francesca potrà realizzare se stessa e i suoi sogni.
- 8.** Francesca vorrebbe iscriversi ad un corso di contabilità.
- 9.** Ai tempi del nonno chi si laureava aveva difficoltà a trovare un lavoro.
- 10.** Il nonno pensa che la laurea sia l'unica soluzione per Francesca.
- 11.** Francesca vuole passare un anno in Inghilterra.
- 12.** Vuole anche migliorare le sue conoscenze tecniche e matematiche.
- 13.** Il nonno sa bene che cosa è il web design.
- 14.** Francesca è contenta che il nonno faccia il matusalemme.
- 15.** Secondo il nonno Francesca dovrebbe accettare solo offerte di lavoro ben pagate.
- 16.** Il nonno spiega che saper lavorare da soli è di fondamentale importanza.

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: medienservice@bmukk.gv.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