

Medienbegleitheft zur Audio-CD 12492

# ITALIENISCH IM GESPRÄCH

Teil 17

Hörverstehen



**Medienbegleitheft zur Audio-CD  
54 Minuten, Produktionsjahr 2011**

## ◀ **CD Track 1**

### ***Inhalt:***

Track 1 – **Vorwort**

Track 2 – **La Fiera internazionale del turismo di lusso**

Track 3 – **Vacanze economiche**

Track 4 – **I prodotti culinari dall'Italia**

Track 5 – **Il gelato italiano**

Track 6 – **L'uomo italiano**

Track 7 – **La moda maschile**

Track 8 – **La Fondazione Teodora**

Track 9 – **Adozioni a distanza**

Track 10 – **Il Salone dell'auto di Ginevra**

Track 11 – **Il Salone del gusto di Torino**

Track 12 – **Pasquetta**

Track 13 – **Ferragosto**

## **Vorwort**

Mit dieser Nummer hat die Reihe Italienisch im Gespräch eine etwas andere Gestalt angenommen. Unter Berücksichtigung des Konzepts der bevorstehenden zentralen Reifeprüfung bzw. Reife- und Diplomprüfung wurden einerseits der fachsprachliche Inhalt der Hörtexte zurückgenommen und andererseits die Aufnahmen in folgender Art neu gestaltet: Die Sprecher erhielten nicht mehr – wie bisher üblich – von den Autoren ausgearbeitete Texte sondern jeweils nur eine Art Szenario, in welchem ihre Rolle und die Inhalte, über die sie zu sprechen hatten, festgelegt waren. Die Gespräche enthalten folglich Nachdenkpausen, Füllwörter, Zögern, Wiederholungen, usw., wodurch sie sich dem mündlichen Sprachgebrauch mehr als bisher annähern. Selbst bei optimaler Annäherung an einen realen Sprachgebrauch bleibt das Hören im Sprachunterricht allerdings immer eine didaktische Maßnahme. In diesem Sinn verzichten die Autoren seit Beginn der Reihe auf die anderwärtig oft verwendeten Hintergrundgeräusche. Ein Tonträger unterscheidet sich – wie wir alle wissen – vom direkten Hören. Bei letzterem kann der Empfänger besser selektieren und nimmt daher umgebende Geräusche vom Sprecher räumlich getrennt wahr. Über Tonträger ist diese räumliche Distanzierung für den Empfänger fast unmöglich, die Hintergrundgeräusche werden also eigentlich zu einer Hürde für das Verstehen. Vergessen wir nicht, dass bei jenem realen Hören, das dem Hörtext im Klassenzimmer am nächsten kommt, nämlich dem Radiointerview, so gut wie nie Hintergrundgeräusche verwendet werden.

Was den Inhalt betrifft, so haben jeweils zwei Aufnahmen sehr verwandte Inhalte sowie gleichgestaltete Aufgabenstellungen, womit bei Bedarf ein Übungstext und ein Prüfungstext bzw. zwei inhaltlich verwandte Prüfungstexte zur Verfügung stehen. Die Autoren hoffen, den KollegInnen mit dieser CD eine nützliche Bereicherung, vielleicht eine Erleichterung der Unterrichtsgestaltung zu bieten.

Gualtiero Boaglio und Christine Noe

**Sprecher:** Silva Dalla Pietà, Angelo Caruso und Gualtiero Boaglio  
**Musik:** Francesco De Gregori, Quattro cani (Album Rimmel)

## REGISTRAZIONE 1

### La Fiera internazionale del turismo di lusso

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung

**Situazione:**

*Alla Fiera internazionale del turismo di lusso Franca Ambaldi, la direttrice dell'agenzia All luxury, risponde alle domande di un giornalista e spiega le caratteristiche di questo turismo.*

**G:** Buongiorno, signora Ambaldi.

**A:** Buongiorno.

**G:** Senta/volevo chiederLe/mi potrebbe dare una spiegazione del termine “turismo di lusso”?

**A:** Certamente/eccola qui/turismo di lusso è turismo è **turismo sette stelle/SETTE.**

**G:** Mah insomma/sette non sono poco/ecco vorrei dire/ma chi sono i turisti di lusso?

**A:** Beh/si tratta solo del **2% del turismo totale**/e si tratta infatti di turismo elitario/mmh...s'immagini un po' i **vip/attori/uomini d'affari e personaggi dello spettacolo/qualche politico.**

**G:** Ma quindi non è che fate molti affari/insomma.

**A:** Ma scherza/al contrario/sono persone che spendono tantissimo/pagano solamente con carte di credito di platino/ed esigono i **prodotti migliori/i più esclusivi.**

**G:** Potrebbe descriverci così/molto brevemente/la vostra attività?

**A:** Beh/intanto si organizzano **dei viaggi su misura per ogni turista**/ahm... come mete spaziamo dalla Namibia per passare per la Pampa argentina/aggiungendo in Patagonia/caratteristiche principali ... è che tutti cercano **la tranquillità e la privacy** naturalmente/a questo noi aggiungiamo **golf/escursioni/qualche attività culturale.**

**G:** E dunque/Lignano/Jesolo (ride) non li offrite?

**A:** (ride) Ma vuole scherzare?/Però ci sono mete più esclusive comunque in Italia o anche in Grecia.

**G:** Ecco... in Italia le vacanze termali sono diventate così ... molto popolari e le offrite anche voi?/Sono anche un fenomeno per il turismo di lusso?

- A:** Certo/anche qui però offriamo **delle vacanze termali solamente a sette stelle**/pensi un po' che **per una settimana** a coppia si arrivano a spendere ben 10.000 €/per esempio al nostro Luxury Golf Holyday in cui ci sono ben 5 campi da golf/l'area termale dispone di 10 piscine/e gli interni sono curati da architetti e designer internazionali.
- G:** E penso che abbiate anche un personale tecnico/quindi altamente qualificato?
- A:** Sì/sì/solamente alta... altamente qualificato/i massaggi vengono fatti esclusivamente da **fisioterapisti certificati/i maestri di golf sono solo americani/i corsi di tennis sono i più esclusivi.**

## REGISTRAZIONE 1

### La Fiera internazionale del turismo di lusso

Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)

- G:** E ... le terapie di lusso?
- A:** Beh... senta/giusto per darLe un'idea/per citarne qualcuna/si tratta di **idromassaggi fatti con vino Chianti/i massaggi invece sono fatti con latte di mucca francese/i bagni vengono fatti nel cioccolato svizzero.**
- G:** Sì... scusi/chi fa il bagno nel cioccolato svizzero?/insomma/quali sono le nazionalità dei turisti di lusso?
- A:** Ah... beh... tra i nostri principali clienti ci sono **americani e giapponesi**/però anche gli europei ultimamente stanno interessandosi a questo turismo/mmh.../in testa agli europei ci sono addirittura **gli italiani e i tedeschi.**
- G:** Eh... come... così... agenzia di turismo di lusso/offrite anche delle promozioni?/.../andate incontro anche alla gente?/ avete un periodo di alta stagione?di bassa stagione?
- A:** Lei intende se noi/tipo/offriamo pacchetti turistici?/Ma vuole scherzare?/Il lusso a 7 stelle ha **una sola stagione.**

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**La Fiera internazionale del turismo di lusso** (Seite 1)

**Situazione:**

*Alla Fiera internazionale del turismo di lusso Franca Ambaldi, la direttrice dell'agenzia All luxury, risponde alle domande di un giornalista e spiega le caratteristiche di questo turismo.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**  
→ **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

1. Il turismo di lusso
  - a. Quante stelle? \_\_\_\_\_
  - b. Quale percentuale del turismo totale? \_\_\_\_\_
  - c. I clienti (3 gruppi)?
    - i. \_\_\_\_\_
    - ii. \_\_\_\_\_
    - iii. \_\_\_\_\_
  
2. Le esigenze dei clienti per quel che riguarda
  - a. I prodotti: \_\_\_\_\_
  - b. Il tipo di viaggio: \_\_\_\_\_
  - c. Quello che cercano (2 punti):
    - i. \_\_\_\_\_
    - ii. \_\_\_\_\_
  
3. Le vacanze termali:
  - a. Quante stelle? \_\_\_\_\_
  - b. In una settimana, due persone spendono \_\_\_\_\_

**VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE**  
**La Fiera internazionale del turismo di lusso (Seite 2)**

4. Il personale delle stazioni termali:
- a. I fisioterapisti sono \_\_\_\_\_
  - b. I maestri di golf sono \_\_\_\_\_
  - c. I corsi di tennis sono \_\_\_\_\_
5. Le terapie più sorprendenti:
- a. Idromassaggi fatti con \_\_\_\_\_
  - b. Massaggi fatti con \_\_\_\_\_
  - c. Bagni nel \_\_\_\_\_
6. Nazionalità dei turisti di lusso:
7. Al di fuori dell'Europa:
- a. \_\_\_\_\_
  - b. \_\_\_\_\_
8. In Europa:
- a. \_\_\_\_\_
  - b. \_\_\_\_\_
9. Promozioni o pacchetti turistici:
- a. SÌ?   ◇
  - b. NO?   ◇

## REGISTRAZIONE 2

### Vacanze economiche

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung

#### Situazione:

*Andare in vacanze scambiando la casa con qualcuno è diventato un modo economico per fare le ferie. Due amici ne parlano.*

- A:** Ehi/ciao Silvia/ho sentito che sei stata in vacanza/hai fatto uno scambio di casa/mi hanno detto.
- S:** Ehi/ciao/e sì/sì/hai sentito bene/ho proprio fatto uno scambio di casa e ti posso assicurare che è stata un'esperienza molto **positiva e divertente**.
- A:** E scusa/come hai fatto perché non conosco nessuno che abbia fatto uno scambio di casa finora.
- S:** Ma guarda/è semplicissimo/ehh... ho fatto tutto tramite un sito internet/**scambiocasa.it**/e ti offre delle possibilità di scambio a livello internazionale.
- A:** Va be'/sì/ma cosa hai scritto/cosa hai chiesto/cosa hai domandato?
- S:** Ma è semplicissimo/ho descritto che cosa volevo e nel caso specifico **una casa dell'Ottocento con giardino e tutto in legno**.
- A:** Però!
- S:** Mhm... certo
- A:** Ma non costava poco!
- S:** Ahm... in realtà/guarda/si tratta di dare solamente un piccolo contributo al sito internet/altrimenti no/la condizione è però **che tu metta a disposizione casa tua**.
- A:** E ti è piaciuta la vacanza/la casa/sei stata soddisfatta di quello che hai trovato?
- S:** Sì/sì/assolutamente sì/guarda/ho trovato addirittura di più di quanto mi aspettassi.
- A:** E/scusa/ma in quale Paese sei stata?
- S:** Beh.../è stata una vacanza da sogno/sono stata in una villa **in Normandia/una villa dell'Ottocento**/pensa.
- A:** Dunque sei stata fortunata.
- S:** Mhm...
- A:** Volevo piuttosto sapere/ma i proprietari li conoscevi/erano gentili/insomma/che esperienza hai fatto?

- S:** No/no/guarda/i proprietari non li conoscevo/ho avuto **dei piccoli contatti via internet** con loro/però poi/si/effettivamente/si tratta di fortuna/è una questione di fortuna/io/per parlare della mia esperienza/posso solo parlare bene/sono molto soddisfatta.
- A:** E me lo immagino/perché/insomma/... è una questione di fortuna sì/e però sai/nella casa ci sono tutte le cose del proprietario/quindi i libri/i vestiti/gli armadi/insomma (*ride*).
- S:** Beh.../certo/per questo genere di turismo **non bisogna avere dei segreti**/per questo si tratta soprattutto di **un turismo orientato ai giovani**.

## REGISTRAZIONE 2

### Vacanze economiche

Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)

- A:** Senti/ma adesso metti casa tua a disposizione/vero?
- S:** Mhm...
- A:** E quando lo fai? In estate/inverno
- S:** Ahm.../la **prossima estate**/sarà la prima volta/io nono ho una villa/abito a **Milano**/però la città è comunque interessante/... per chi si occupa di design/poi sai/c'è la fiera del mobile/.../il cenacolo di Leonardo/ci sono molte cose che possono interessare.
- A:** E conosci già i ... i tuoi futuri ospiti/sai se sono simpatici?/chi sono?
- S:** Ma guarda/no/personalmente non li conosco/so solamente che si tratta di **una coppia** referenziata che a Milano vuole **frequentare un corso d'italiano**.
- A:** Eh.../tutto... tutto interessante quello che racconti/e.../insomma/forse potrei farlo anch'io uno scambio di casa/ma come... come esperienza me la consigli o no?
- S:** Senz'altro/guarda/per me è stata un'esperienza solo che positiva/e poi anche si possono **incontrare dei nuovi amici**/e pensa che ora sono ancora in contatto con questi proprietari della villa in Normandia/e penso che nei prossimi anni viaggerò solo così.
- A:** Pensi che sia un nuovo modo di fare del turismo/che sia un turismo/come dire/in espansione?
- S:** Sì/io penso che sia il turismo del futuro/è **un turismo economico/un turismo flessibile/si saltano le agenzie**/quindi **si parla direttamente con i proprietari**/è **un tipo di turismo molto... molto facile**/è stato inventato dagli americani/pensa.

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**Vacanze economiche** (Seite 1)

**Situazione:**

*Andare in vacanze scambiando la casa con qualcuno è diventato un modo economico per fare le ferie. Due amici ne parlano.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**  
→ **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

1. Per Silvia, scambiare casa è stata un'esperienza:

a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

2. Il sito Internet usato da Silvia:

\_\_\_\_\_

3. Il tipo di casa cercato da Silvia (2 caratteristiche):

a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

4. La condizione per avere una casa:

\_\_\_\_\_

5. La destinazione di Silvia:

\_\_\_\_\_

6. La casa che ha trovato:

\_\_\_\_\_

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**Vacanze economiche** (Seite 2)

7. Il tipo di contatti con i proprietari:

\_\_\_\_\_

8. Una cosa che NON permette questo genere di turismo:

\_\_\_\_\_

9. Pubblico tipico di questo genere di turismo:

\_\_\_\_\_

10. Anche Silvia mette a disposizione la sua casa:

a. Quando? \_\_\_\_\_

b. In quale città? \_\_\_\_\_

11. Gli ospiti di Silvia?

\_\_\_\_\_

12. L'obiettivo del loro soggiorno a Milano?

\_\_\_\_\_

13. Perché è un'esperienza positiva?

\_\_\_\_\_

14. Perché questo è il turismo del futuro (2 ragioni):

a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

### REGISTRAZIONE 3

#### I prodotti culinari dall'Italia

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

**Situazione:**

*L'azienda Eataly s'espande all'estero. Dopo Tokyo apre un gigantesco store anche a New York. Un manager di Eataly ne parla con un giornalista.*

**Giornalista:** Senta/mi può confermare la notizia che Eataly sta aprendo **un nuovo megastore** a New York/è una novità secondo me/molto/così/importante, interessante ...

**Manager:** Sì/Le posso confermare la notizia/Eataly/**impresa familiare di tradizione**/accetta la sfida globale/dai punti di vendita piemontesi arriviamo al mercato americano.

**G:** Senta/ma mi può spiegare la... i motivi di questa scelta/perché avete proprio scelto New York e non un'altra città americana/un'altra città di grande richiamo internazionale?

**M:** **45 milioni di turisti** all'anno di cui 100.000 italiani sono già un buon... come dire... un buon motivo per espanderci in quella direzione/e poi **gli americani amano la cucina italiana** e noi riusciamo a garantire qualità e una tradizione culinaria già molto lunga/e poi l'America è all'avanguardia elettronica e noi siamo all'avanguardia della cucina naturalmente.

**G:** Il vostro megastore di New York ha degli elementi caratteristici/ha delle particolarità/si distingue per qualcosa?

**M:** Guardi/Le dico solo questo/offriamo ai nostri clienti/ai nostri futuri clienti/**7000 m<sup>2</sup>** di estensione/ha un'idea di quanto possiamo offrire con questa metratura?

**G:** Eh... scusi/ma che cosa vendete?/quali sono i prodotti che commercializzate?... diciamo

**M:** Beh/tutto **il meglio dei prodotti che sono conosciuti all'estero**/che fanno dell'Italia uno dei Paesi migliori dal punto di vista della gastronomia/c'è un angolo caffè Lavazza/c'è un **angolo gelato** con una gelateria/un angolo paninoteca/e c'è **un angolo dolci regionali**/... mozzarella di bufala/c'è l'angolo della pizza/c'è tutto il meglio della gastronomia italiana/e poi ci sono anche **8 ristoranti a tema**/solo pasta/solo verdura/solo carne/solo pesce

**G:** Dunque avete dei prodotti diciamo così particolari.

**M:** Solo prodotti di nicchia/genuini/ecologici/tradizionali/**assolutamente autentici**/con ingredienti assolutamente naturali.

- G:** Sì/però/non capisco/insomma/i clienti/ecco/come riescono a capire ... a conoscere le particolarità dei prodotti che mangiano?
- M:** Ma guardi/ i nostri addetti all'immagine hanno studiato un percorso dove/**con 420 cartelli**/spiegano cosa è la panna cotta piemontese/cosa è il tiramisù veneto/dove si trova la cassata siciliana/abbiamo fatto/diciamo/ un percorso gastronomico assolutamente **comprensibile e efficace**.
- G:** Quanti frequentano i vostri locali?/quanti sono i clienti che passano giornalmente?
- M:** Abbiamo 600 posti a sedere e una birreria al 15° piano **con una vista incredibile sulla skyline**.

### REGISTRAZIONE 3

#### I prodotti culinari dall'Italia

Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)

- G:** E il personale è italiano oppure è di altre nazionalità?
- M:** Beh/trovare solo personale italiano sarebbe stato molto difficile/abbiamo **380 americani e 150 italo-americani**.
- G:** Dunque un grande numero di camerieri/e dunque l'apertura sarà anche spettacolare/penso.
- M:** Sicuramente sì/e ci sarà sicuramente il fondatore di slow food Carlo Petrini/**il sindaco di New York/il sindaco di Torino**/il presidente della regione Liguria/... insomma ci saranno un po' di personalità.
- G:** E quali sono i vostri progetti?/pensate di espandervi anche all'estero?
- M:** Per il momento **Genova/Roma/Bari**/e nel 2012 Milano/no/continueremo a rimanere in Italia per il momento.

## VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE

### I prodotti culinari dall'Italia (Seite 1)

**Situazione:**

*L'azienda Eataly s'espande all'estero. Dopo Tokyo apre un gigantesco store anche a New York. Un manager di Eataly ne parla con un giornalista.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

	Frase che contiene un elemento che non corrisponde al contenuto dell'intervista	Correzione
1.	Eataly apre un piccolo negozio a New York.	
2.	Eataly è un'impresa multinazionale.	
3.	Ogni anno, a New York, sbarcano 55 milioni di turisti.	
4.	Gli americani non conoscono la cucina italiana.	
5.	Il nuovo negozio dispone di 700m2.	
6.	Eataly offre dei prodotti italiani sconosciuti all'estero.	
7.	C'è, per esempio, un angolo "surgelati".	
8.	C'è inoltre un angolo "formaggi regionali".	
9.	Ci sono anche 8 ristoranti a scelta.	
10.	Eataly offre prodotti genuini, ecologici e innovativi.	
11.	C'è un percorso con 420 fotografie che spiegano quali sono le specialità offerte.	
12.	Il percorso gastronomico è comprensibile e interessante.	

**VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE**  
**I prodotti culinari dall'Italia (Seite 2)**

	Frase che contiene un elemento che non corrisponde al contenuto dell'intervista	Correzione
13.	La birreria ha una bellissima vista sulla spiaggia.	
14.	Il personale è composto da americani e italiani.	
15.	All'apertura sarà invitato il sindaco di Roma.	
16.	In Italia, Eataly è presente a Genova, Roma e Parma.	

## REGISTRAZIONE 4

### Il gelato italiano

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*A Vienna esistono molte gelaterie italiane. Un proprietario parla con un amico viennese, spiega alcune particolarità del prodotto e del suo lavoro*

- A:** Ciao Francesco/ma senti/dimmi/eh... quando sei arrivato a Vienna?
- F:** Eh... **sono nato in Italia, nel Veneto**, ma fin da piccolo ho avuto a che fare con Vienna/sai/con una famiglia di gelatai.
- A:** E dimmi un po’/ma quando è stata fondata la gelateria?
- F:** Eh... guarda/questo è un po’ difficile dirlo/saranno **120/150 anni**/non ricordo bene/bis bisnonni/sarà la quinta generazione questa.
- A:** Ti piace?/ti piace vivere a Vienna?/sei felice?
- F:** Ma guarda/mi considero un privilegiato perché la mia vita è divisa tra Vienna e Belluno/estate inverno/**molte vacanze**.
- A:** Però il lavoro estivo sarà duro/eh?
- F:** Molto faticoso/guarda/non hai idea/**ci si alza alle 5 del mattino e si va avanti fino alle 10 di sera**/questo ogni giorno/compreso sabato e domenica.
- A:** E poi/ i viennesi amano il gelato italiano.
- F:** Guarda/abbiamo **circa 6000 clienti al giorno**/hai un’idea di quanti sono?/E molti li conosciamo personalmente da anni.
- A:** E puoi dirmi quanti... quanti gelati vendete... vendete al giorno? Riesci a quantificare?
- F:** Ma guarda.../è difficile/li dovrei contare uno per uno/comunque va be’/posso dirti delle cifre perché faccio io gli acquisti/prendiamo **70.000 litri di latte biologico**/70 tonnellate di frutta e abbiamo 120 gusti diversi.
- A:** Sai che qualcuno mi diceva che vendete gusti diversi a seconda della stagione/è vero?
- F:** Ma sì/perché usiamo **solo frutta di stagione**/guarda per due motivi/il primo è perché/naturalmente/essendo frutta di stagione la paghiamo/e ... quindi questo ci aiuta/e poi possiamo garantire una migliore qualità del prodotto.
- A:** Scusa/ma se la gelateria ha 120/150 anni/eh... anche le ricette dei vostri gelati sono così/diciamo/antiche?

- F:** Beh... **antiche/direi tradizionali**/ce le tramandiamo in famiglia da generazioni/e naturalmente abbiamo i nostri piccoli segreti/le nostre piccole aggiunte.
- A:** Però i gusti ... cambiano.
- F:** Beh.../come per ogni prodotto/cambiano i tempi/quindi **cambiano anche i gusti**/le persone/sono/come dire/rappresentano lo specchio della società/certo ci evolviamo anche in questo settore.

## REGISTRAZIONE 4

### Il gelato italiano

Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)

- A:** E mi potresti dire quali sono i gusti che quest'anno vanno forte?
- F:** Beh.../ogni anno arriviamo in fiere in Italia con proposte nuove/quest'anno/pensa/ Abbiamo zafferano e miele/yogurt e miele/e non ci crederai mai/ma **gorgonzola e polenta**.
- A:** Avete dei progetti per il futuro?
- F:** Beh.../abbiamo in progetto un'espansione **con prodotti da supermercato/quindi prodotto da banco**/vedremo.
- A:** E dimmi un po'/ma d'inverno/con la gelateria chiusa/cosa fai?
- F:** Eh beh.../cinque mesi di vacanza/dopo aver lavorato tutta... **l'estate/praticamente 15 ore al giorno**/montagna/piste da **sci**/neve/ghiaccio/fiere per i clienti/insomma/dai/ci **riposiamo**.

## VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE

### Il gelato italiano

#### Situazione:

*A Vienna esistono molte gelaterie italiane. Un proprietario parla con un amico viennese, spiega alcune particolarità del prodotto e del suo lavoro..*

#### Il vostro compito

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

	Frase che contiene un elemento che non corrisponde al contenuto dell'intervista	Correzione
1.	Francesco è nato a Vienna.	
2.	La gelateria è nata 120-140 anni fa.	
3.	Francesco ha poche vacanze.	
4.	In estate si alza alle 8 e lavora fino alle 10 di sera.	
5.	La gelateria ha circa 600 clienti al giorno.	
6.	Per la produzione del gelato ci vogliono circa 70 tonnellate di latte.	
7.	Si usa solo frutta surgelata.	
8.	Le ricette dei diversi gusti di gelato sono attuali.	
9.	Con il tempo gli ingredienti cambiano.	
10.	Il gusto più insolito è gorgonzola e patate.	
11.	La gelateria ha il progetto di creare prodotti per ristoranti.	
12.	In inverno Francesco lavora 15 ore al giorno.	
13.	Nelle vacanze Francesco pratica il golf.	

## REGISTRAZIONE 5

### L'uomo italiano

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*Tout le monde a entendu parler de Danone.*

*Un membre de l'entreprise familiale parle de son origine à une cliente.*

**Giornalista:** Tempi di crisi/tempi di crisi/quindi **anche per i consumi.**

**Proprietaria della profumeria:** Ma guardi/fortunatamente la crisi ... non ci tocca nel senso che i **cosmetici per l'uomo sono un'eccezione.**

**G:** E le donne hanno cambiato comportamento?

**P:** No/no/guardi/Le ripeto/parliamo di cosmetici per l'uomo/mm...amm.../l'uomo ora **fa molta più attenzione al proprio corpo/all'aspetto fisico/alla bellezza/ad apparire**/diciamo.

**G:** Quindi nelle vendite avete/diciamo così/un nuovo trend?

**P:** Assolutamente sì/pensi che i cosmetici per l'uomo **sono aumentati del 50%** nel campo delle vendite mentre **quelli per donna solamente del 3%/quindi rimangono stabili**

**G:** Esiste un prodotto particolare che conosce un boom particolare?

**P:** Ma guardi/ in questa società dell'apparenza /quello che conta è appunto **sembrare giovani**/si cerca di fermare l'età/e per questo il prodotto più venduto sono le creme di bellezza/creme anti-rughe/creme anti-affaticamento/creme per la cura della pelle del viso.

**G:** E cosa ci può dire sui prezzi?/sono prodotti cari o sono prodotti alla portata di tutti/diciamo così economici?

**P:** Mah.../veda un po' Lei/ahmm... in media si aggira sui 150€/si può dire addirittura che un quarto dei prodotti commercializzati costi **più o meno 150€.**

**G:** Quindi possiamo dire che l'uomo ha scoperto se stesso.

**P:** Beh.../certamente/basta guardare anche il numero di fiere ed eventi in costante crescita/con **presentazione di cosmetici solamente per l'uomo.**

**G:** E senta/visto che parliamo di cosmetici/profumi/prodotti di bellezza/quindi sono/penso/prodotti esclusivamente francesi.

- P:** Ahh.../non esclusivamente francesi/però **i francesi sono i leader nel mercato mondiale**/pensi un po' a marche come L'Oréal/o comunque a marche forse più costose/però altrettanto famose/sicuramente Dior/Yves Saint Laurent/per esempio.
- G:** E quindi prodotti italiani proprio non esistono/non ne vendete.
- P:** No/ma vuole scherzare?/anzi/**i prodotti italiani sono in fortissima espansione**/pensi ad esempio ai nomi dei nostri stilisti più famosi ed esportati all'estero/Armani/Trussardi/Versace/Valentino.

## REGISTRAZIONE 5

### L'uomo italiano

*Tras k r i p t i o n d e s H ö r t e x t e s (S e i t e 2 v o n 2)*

- G:** E come potremmo definire questo nuovo tipo d'uomo?
- P:** (*ride*) Beh... questo nuovo tipo d'uomo è sicuramente un uomo un po' **vanitoso ed egocentrico**/è un uomo **sicuro di se stesso**/però è anche un uomo **dinamico**/un uomo **giovanile** che ama il bello/che ama il lusso/che ama farsi vedere.
- G:** Dunque un uomo che vuole fare colpo sulle donne.
- P:** No/no/guardi/non necessariamente/eh... una volta l'uomo si trascurava/la cosa più importante nella vita dell'uomo **era la carriera/il successo**/ora invece... l'uomo si vuole piacere/vuole piacere a se stesso/e per questo cura il proprio viso/cura la propria apparenza/il proprio corpo/e insomma...
- G:** Evviva gli uomini!
- P:** Beh... (*ride*) certo/ahh... gli uomini/possiamo dire che sicuramente negli ultimi anni hanno contribuito enormemente a dinamizzare il consumo/**gli uomini amano la novità**/ecco sì/gli uomini il prodotto nuovo/**amano sperimentare**/e per questo spendono anche molti soldi.
- G:** E per il futuro?/Che cosa prevedete per il futuro?
- P:** Oh... ah... in un futuro prossimo/diciamo tra 10 anni/sicuramente **le vendite di cosmetici per l'uomo supereranno le vendite di cosmetici da donna** in quanto la donna anche oggi/come le dicevo anche prima/è molto più tradizionalista/non è disposta a spendere per sperimentare/l'uomo invece sì.

## VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE L'uomo italiano (Seite 1)

### Situazione:

*Le vendite di cosmetici per l'uomo sono cresciute in tutta Europa. La proprietaria di una grande profumeria di Milano spiega perché anche l'uomo italiano acquista volentieri i prodotti di bellezza.*

### Il vostro compito

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

1. C'è crisi anche per \_\_\_\_\_
2. I cosmetici per l'uomo sono \_\_\_\_\_
3. Oggi l'uomo fa più attenzione a
  - a. \_\_\_\_\_
  - b. \_\_\_\_\_
4. I cosmetici per l'uomo sono aumentati \_\_\_\_\_
5. Quelli per la donna rimangono \_\_\_\_\_
6. Nella nostra società è importante sembrare \_\_\_\_\_
7. Il prezzo medio dei cosmetici per l'uomo è di \_\_\_\_\_
8. Ci sono molte presentazioni di cosmetici \_\_\_\_\_
9. I francesi sono i primi \_\_\_\_\_
10. I prodotti italiani sono in \_\_\_\_\_

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**L'uomo italiano** (Seite 2)

11. Tre caratteristiche dell'uomo "nuovo":

a. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

c. \_\_\_\_\_

12. Una volta, le cose più importanti per l'uomo erano

a. \_\_\_\_\_ e

b. \_\_\_\_\_

13. Gli uomini amano \_\_\_\_\_

14. In futuro si venderanno più cosmetici per l'uomo che \_\_\_\_\_

## REGISTRAZIONE 6

### La moda maschile

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

A *“Milano Moda”* due esperti del settore moda maschile parlano degli attuali trend. Tutti e due sono convinti che l'uomo è l'avvenire della moda

- A:** Allora/che mi dici/come vanno gli affari? /come stai?
- B:** Ma bene/alla grande/guarda/per fortuna gli affari vanno benone/e per fortuna esistono gli uomini/guarda/**la moda maschile è veramente in forte crescita.**
- A:** Esatto/esatto/proprio quello che diciamo anche noi/ehh... l'uomo/noi diciamo/ed è diventata la nostra filosofia/**l'uomo è l'avvenire della moda/vero?**
- B:** Beh... beh/sì/sicuramente/anche perché gli uomini che sono nostri clienti sono molto più sofisticati/sono molto più interessati e disposti a spendere delle donne d'oggi.
- A:** E poi/sai benissimo che **ci sono sempre più sfilate di moda maschile.**
- B:** Mhm!
- A:** E quindi penso che voi abbiate fatto le stesse esperienze.
- B:** Beh.../sì/e non solo/guarda/ti posso dire che qui **a Milano/ultimamente/si aprono solamente negozi che si occupano dell'abbigliamento maschile/unicamente maschile.**
- A:** Eh.../ormai l'uomo è maturo/cara mia.
- B:** (ride)
- A:** E il giro d'affari?/come va?
- B:** Mah.../pensa un po' che in Italia si arriva addirittura ad **un giro d'affari che tocca gli 8,8 miliardi di euro** l'anno mentre **per le donne/eh...ah.../siamo stabili a circa 11 miliardi/e** quindi puoi immaginare un po' tu/insomma.
- A:** E senti/per quanto riguarda l'età degli uomini che comprano/hai notato qualcosa di particolare?
- B:** Ma guarda/si può parlare di una tipologia di uomo che spende/esperimenta volentieri fino/più o meno/ ai 45 anni/addirittura **gli uomini fino ai 45 anni sono disposti a comprare/a spendere più delle donne.**
- A:** E i giovani?/che fanno?/come si comportano?/ci sono dei dati?
- B:** Sì/ci sono dei dati precisi/aspetta un attimo/mhm.../controllo/beh.../vedi/ehm.../i **ragazzi dai 25 ai 29 anni spendono in media 488€ all'anno per l'abbigliamento** mentre **le ragazze spendono un po'meno/spendono 457€.**
- A:** Senti/ho sentito dire che i ragazzi dai 25 ai 29 anni vanno ogni settimana nei negozi d'abbigliamento/è vero?/ti risulta?/perché noi non abbiamo dati.

## REGISTRAZIONE 6

### La moda maschile

*Tras k r i p t i o n e d e s H ö r t e x t e s ( S e i t e 2 v o n 2 )*

- A:** Guarda/ti sembrerà incredibile/ma è proprio così/e soprattutto sono molto alla moda/sono molto alla moda e **seguono un po’/ahm.../lo stile delle loro icone/mhm.../per esempio nel calcio il loro idolo è Cristiano Ronaldo/nella formula uno invece... parliamo di Vettel/ahm.../molto amato è anche lo stile di Federer.**
- A:** E/ma senti/e diciamo/che cosa comprano? Qual è l’abbigliamento che preferisce questa fascia di giovani di 25-29 anni?
- B:** Guarda/ci sono dei dati annuali/cioè si può dire che/in generale/nei 12 mesi dell’anno/i giovani comprino **8 paia di jeans/12 camicie/18 polo e t-shirt e addirittura/pensa un po’/6 paia di scarpe.**
- A:** Senti/e noi abbiamo notato che/ehm.../è un fatto specificatamente maschile **la penetrazione dello sport** nel mondo della moda/risulta anche a voi?
- B:** Sì/come ti dicevo prima/anche/l’...uomo si ispira ai modelli di personaggi famosi/a queste icone di stile/come appunto Christano Ronaldo oppure il tennista Federer.
- A:** Ecco questi idoli/no?/sono proprio dei simboli/io ho l’impressione/eh... così/che l’uomo più della donna sia legato alla marca/alle griffe/è vero?/tu la pensi anche così?
- B:** Sì/sì/sì/sono d’accordo con te su questo fatto/**l’uomo è molto più influenzabile della donna/è molto più vanitoso e anche spendaccione/ha bisogno di prendersi la sua parte/è arrivato il momento dell’uomo che si vuole fare notare.**
- A:** Senti/qual è il capo che si vende meglio?
- B:** Beh.../**sicuramente i jeans** di ogni tipo/va forte in tutte le fasce d’età ed è un successo che dura da moltissimi anni/che sicuramente continuerà.

VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE  
**La moda maschile** (Seite 1)

**Situazione:**

*A “Milano Moda” due esperti del settore moda maschile parlano degli attuali trend. Tutti e due sono convinti che l’uomo è l’avvenire della moda.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l’ascolto.**  
→ **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell’intervista.**

1. La moda maschile è in \_\_\_\_\_
2. L’uomo è l’avvenire \_\_\_\_\_
3. Aumentano le sfilate di \_\_\_\_\_
4. Attualmente a Milano si aprono solamente negozi di \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. Giro d’affari
  - a. della moda maschile: \_\_\_\_\_
  - b. della moda femminile: \_\_\_\_\_
6. Fino ai 45 anni gli uomini spendono \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**La moda maschile** (Seite 2)

7. Spese annuali per l'abbigliamento
- a. dei ragazzi \_\_\_\_\_
  - b. delle ragazze \_\_\_\_\_
8. Spesso i ragazzi seguono lo stile \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
9. In media i ragazzi comprano
- a. otto \_\_\_\_\_
  - b. sei \_\_\_\_\_
10. Nella moda maschile è importante la penetrazione \_\_\_\_\_
11. L'uomo è più \_\_\_\_\_  
della donna.
12. Il capo che si vende meglio: \_\_\_\_\_

## REGISTRAZIONE 7

### La Fondazione Teodora

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*La responsabile della Fondazione Teodora – la fondazione che manda i suoi clown negli ospedali per aiutare i bambini malati a sorridere – parla con un amico giornalista.*

- G:** E tu sai quali sono le finalità di questa Fondazione Teodora?
- R:** Beh.../la Fondazione Teodora è nata per dare **un sostegno personalizzato ai bambini malati** che stanno in ospedale **e anche alle loro famiglie.**
- G:** D'accordo/però chi sono i clown?/non tutti possono fare i clown!
- R:** No/naturalmente no/ahh... si tratta di **artisti o comunque di professionisti**/ahh... vengono formati dalla Fondazione come clown/e pensa un po'/portano dei nomi di fantasia/tipo il dottor Sogno/oppure la dottoressa Ridolini/il professor Scherzetti/
- G:** Sì/sono carini come nomi/ehh... ma senti/dimmi un po'/e da quando esiste la Fondazione Teodora? Lo sai?
- R:** Ahm... sì/è stata fondata esattamente **nel 1995**/ahhm.../ed è da quel momento che i dottori clown portano negli ospedali ai bambini malati **positività/speranza**/e naturalmente cercano di infondere un po' di serenità nell'affrontare la malattia.
- G:** E dunque sono... sono artisti questi clown/ma chi li forma?/c'è una scuola?
- R:** Ma guarda.../in generale si tratta di attori comici veri e propri/attori di teatro/comunque **personaggi del mondo dello spettacolo che si mettono a disposizione della Fondazione...** tenendo dei corsi appunto per formare i clown.
- G:** E dunque **l'allegria è l'elemento fondamentale per una terapia di successo**/diciamo così
- R:** Beh... certo/senz'altro/pensa che un bambino ha sempre bisogno di giocare/quindi l'allegria è fondamentale nella guarigione
- G:** E pensi che guariscano con questa te... terapia/cioè il successo è assicurato?
- R:** Ma noi finora abbiamo avuto **dei risultati molto positivi**/ridere/naturalmente/rende i bambini molto più forti/fa bene anche al sistema immunitario oltre che allo spirito.../un bambino sereno sicuramente è molto più forte/**è molto più disposto ad affrontare una malattia** e quindi a guarire/di conseguenza.
- G:** Però penso che questi clown non aiutino solamente i ragazzi/ma aiutano anche le famiglie in fondo/no?

- R:** Sì/proprio per questo prima dicevo che la Fondazione Teodora sostiene/sta anche accanto alle famiglie dei bimbi malati/ahm... aiutano i bambini dando così serenità anche ai genitori/in modo che **anche i genitori diventino più forti e più ottimisti.**
- G:** Ehh.../sono delle situazioni tragiche/tristi/ehh.../immagino per esempio che il cancro sia la malattia più difficile da... da combattere/anche da guarire.

## REGISTRAZIONE 7

### La Fondazione Teodora

#### *Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)*

- R:** Sì/è sicuramente anche la più diffusa tra i nostri piccoli pazienti/**molti sono malati di leucemia**/però anche qui i risultati sono positivi/sono molto importanti/vengono curati con serenità e con allegria.
- G:** E senti/ma chi finanzia Teodora/cioè/soprattutto come si finanzia?
- R:** Ma guarda/proprio colgo l'occasione per ricordare che abbiamo sempre bisogno di contributi e di offerte/**si possono mandare le proprie offerte semplicemente tramite un SMS** al numero 45502/e così facendo si regalano 2€/oppure ancora più semplice forse/ecco/legarsi al sito internet [www.teodora.it](http://www.teodora.it) e seguire le modalità.
- G:** Senti/ma a me interess... interesserebbe molto conoscere l'attività di questi clown e anche della Fondazione/c'è qualche opportunità/qualche occasione?
- R:** Behh... ahh.../**vengono regolarmente organizzati degli eventi** dalla Fondazione nelle piazze italiane/proprio per farsi conoscere da tutti/dal grande pubblico.
- G:** E senti/come si può diventare volontario?
- R:** Ma le informazioni si trovano sul nostro sito internet/però è anche possibile chiamare **il numero verde 800-40-40-40** e lì seguire i consigli degli esperti.

## VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE

### La Fondazione Teodora

**Situazione:**

*La responsabile della Fondazione Teodora – la fondazione che manda i suoi clown negli ospedali per aiutare i bambini malati a sorridere – parla con un amico giornalista.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l’ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell’intervista.**

	Frase che contiene un elemento che non corrisponde al contenuto dell’intervista	Correzione
1.	La Fondazione Teodora dà un sostegno personalizzato ai bambini a anche ai medici.	
2.	I clown della Fondazione Teodora sono artisti o infermieri.	
3.	La Fondazione Teodora è nata nel 1990.	
4.	I dottori clown portano positività e serietà ai bambini in ospedale.	
5.	Personaggi del mondo della politica si mettono alla disposizione della Fondazione.	
6.	L’allegria è un elemento relativo nelle terapie.	
7.	I risultati sono molto deludenti.	
8.	Un bambino sereno è più disposto a affrontare una terapia.	
9.	La Fondazione aiuta anche i genitori a diventare più tranquilli e ottimisti.	
10.	Molti bimbi sono malati di morbillo.	
11.	Le offerte si possono mandare tramite e-mail.	
12.	Il sito internet è <a href="http://www.fondazione-teodora.it">www.fondazione-teodora.it</a> .	
13.	Dalla Fondazione vengono organizzate regolarmente delle conferenze.	
14.	Il numero verde è 400-40-40-40.	

## REGISTRAZIONE 8

### Adozioni a distanza

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

„*Aiutare i bambini*“ è un’associazione che si occupa di adozioni a distanza. Una persona spiega ad un amico come opera la fondazione.

- A:** Domani in Piazza Garibaldi c’è una presentazione della fondazione “Aiutare i bambini”/mai sentita/che organizzazione è?
- B:** Ma veramente non l’hai mai sentita?/si tratta di una famosa organizzazione che aiuta ad **adottare i bambini africani a distanza.**
- A:** Bambini a distanza!/adottare bambini a distanza!
- B:** Mhm!
- A:** Ehh... ma scusa/quanto costa?
- B:** Guarda/relativamente poco/ahh... basta pensare a quanto povera sia l’Africa come Paese/pensa che **bastano 65 centesimi al giorno** per realizzare un’adozione.
- A:** Va bene/d’accordo/però insomma... insomma/mi piacerebbe anche sapere chi sono questi bambini.
- B:** Behh... ahh.../sono dei **bambini molto poveri/malati/emarginati**/senza possibilità d’istruzione/molto spesso dalle loro mamme addirittura vengono al mondo con l’AIDS.
- A:** Senti/ho sentito che domani/**se fai un’offerta/ricevi il berretto di Babbo Natale**/vero?
- B:** (*ride*) sì/è vero/è vero/anche questa fa parte delle manifestazioni per raccogliere dei fondi/ahhm.../sai/ehh.../si tratta di un’organizzazione approvata che viene sostenuta solamente con offerte/però.../abbiamo già raggiunto degli ottimi risultati/pensa che solamente **lo scorso anno sono stati raccolti ben 5 milioni di euro.**
- A:** E l’organizzazione è attiva in molti Paesi africani oppure solo da qualche parte/insomma?
- B:** Guarda/l’organizzazione coordina ben **95 progetti al momento...** e riguarda quasi ogni Paese africano/mhh... al momento i progetti più importanti/più grossi sono due.../si tratta di dare/**fornire istruzione a 300 bambini a Kitanga** che si trova in Uganda e poi abbiamo un secondo progetto che ha un nome molto carino/si chiama “Latte e pappe”.

- A:** “Latte e pappe”/cioè/mi spieghi cos’è?
- B:** (“Latte e pappe”) sì/“Latte e pappe”/“Latte e pappe” in Guinea porta un’alimentazione alternativa al **latte della mamma che molto spesso/purtroppo/trasmette il virus dell’AIDS.**
- A:** Senti/e cosa mi dici della gente?/è sensibile a queste problematiche?/è disponibile?
- B:** Beh/assolutamente sì/pensa che/in concreto/al momento/**stiamo già aiutando ben 900 bambini.**
- A:** E senti/mi puoi dire qualcosa dell’organizzazione/cioè/proprio/ci sono delle regole...?
- B:** Sì/certo/l’organizzazione sorge su delle regole fondamentali/**non ci sono discriminazione di sesso/di razza/di fede religiosa/di cultura/ahm.../e soprattutto vogliamo dare ad ogni bambini il diritto alla vita/alla salute e all’educazione.**

## REGISTRAZIONE 8

### Adozioni a distanza

*Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)*

- A:** E senti/dimmi/quali sono i progetti realizzati che consideri/proprio/veramente i più importanti?
- B:** Anche qui sono concreti/si possono veder/**sono già stati costruiti moltissimi asili e laboratori professionali/per non parlare poi anche di acquedotti e di pozzi.**
- A:** E dunque/qui si tratta di grandi costruzioni/grandi progetti.
- B:** Sì/però sempre eco-sostenibili/cioè con grande rispetto dell’ambiente
- A:** E.../i bambini in Italia/i bambini poveri in Italia?
- B:** Beh/i bambini poveri in Italia sono una realtà purtroppo/però anche qui l’associazione tenta di **dare una mano ai bambini in difficoltà...** costruendo degli asili nidi per i bambini... figli di genitori... separati o che comunque provengono da un ambito familiare e sociale difficile/si costruiscono degli asili nidi per **i bimbi dai 6 mesi ai 3 anni.**

## VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

### Adozioni a distanza

**Situazione:**

„Aiutare i bambini“ è un’associazione che si occupa di adozioni a distanza. Una persona spiega ad un amico come opera la fondazione.

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l’ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell’intervista.**

	<i>Frase che contiene un elemento che non corrisponde al contenuto dell’intervista</i>	<i>Correzione</i>
1.	L’organizzazione aiuta ad adottare i bambini sudamericani a distanza.	
2.	Per un’adozione a distanza bastano 85 centesimi al giorno.	
3.	L’organizzazione si occupa di bambini molto piccoli, malati e emarginati.	
4.	Chi fa un’offerta, riceve il berretto dei Tre Re Magi.	
5.	Lo scorso anno sono stati spesi ben 5 milioni di euro.	
6.	L’organizzazione coordina ben 105 progetti al momento.	
7.	Un progetto è fornire alimentazione a 300 bambini a Kitanga.	
8.	Il latte della mamma molto spesso trasmette il virus della tubercolosi.	
9.	Con il progetto “Latte e pappe” si aiutano ben 90 bambini.	
10.	Nell’associazione non esiste discriminazione di sesso/di razza/di fede religiosa/di origine.	
11.	Inoltre sono già stati costruiti moltissimi asili e laboratori agricoli.	
12.	In Italia si cerca di dare una mano ai genitori in difficoltà.	
13.	L’associazione si occupa di bimbi dai 6 mesi ai 6 anni.	

## REGISTRAZIONE 9

### Il Salone dell'auto di Ginevra

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*Due visitatori del Salone dell'auto di Ginevra passeggiano tra gli stand, ammirano le auto di lusso e discutono intorno al design italiano.*

- A:** Woh.../l'offerta da tutto il mondo è grandiosa/ma/secondo me/le macchine italiane sono sempre le più belle/che ne pensi?
- B:** Beh.../cosa vuoi che ti dica?/è normale/voglio dire/**abbiamo una grande tradizione per quanto riguarda il design**/abbiamo macchine che veramente fanno sognare/ma... da quando il mercato asiatico ci.../come dire/ci dà un po' di fastidio/eh.../**ci siamo anche in qualche modo rinnovati**/insomma.
- A:** E certo che è difficile scegliere anche tra le macchine sportive/tu hai un modello preferito?
- B:** Beh guarda/da noi c'è l'imbarazzo della scelta naturalmente/vuoi che te lo dico io?/tra Lancia/Alfa Romeo/Lamborghini/De Tommaso/Maserati/Ferrari/ehh...
- A:** Ferrari...Ferrari/ **La Ferrari è conosciuta in tutto il mondo**/è/come dire?/l'edonismo puro/no?/e... che cosa/che cosa apprezzi della Ferrari?
- B:** Apprezzare... ehh?.../ma **la Ferrari si ama**.../ehh.../la Ferrari è una religione/è una passione
- A:** È chiaro/come tutto il design automobilistico italiano/no?/cioè queste sono le caratteristiche come la...
- B:** ...cura dei dettagli/praticamente tradizione/noi facciamo comunque prodotti di qualità/**abbiamo tecnologie raffinatissime** e offriamo confort/sicurezza/immagine... immagine.
- A:** E poi lo stile/lo stile.
- B:** Immagine.
- A:** Però abbiamo anche un po' di crisi/no?/nella produzione?
- B:** Beh.../in effetti/come ti dicevo prima/il mercato... il mercato... **la produzione asiatica ci ha dato un po' di problemi**/naturalmente/no?/perché insomma fanno dei prodotti competitivi/costano poco/però/insomma/la nostra produzione adesso/come dire?/è uscita propria dalla grande crisi/ci sono continue novità/ci sono sempre nuovi modelli/e insomma/voglio dire/**stiamo recuperando terreno**/almeno così mi sembra.
- A:** Poi non vendiamo solo in Italia/no?/ormai le auto di lusso italiane sono vendute un po' dappertutto/no?

## REGISTRAZIONE 9

### Il Salone dell'auto di Ginevra

*Tras k r i p t i o n d e s H ö r t e x t e s ( S e i t e 2 v o n 2 )*

- B:** Eh... beh.../le auto di lusso italiane anche nei nuovi mercati/no?/cresce a livello globale/è una sfida globale/ma io penso... penso ai mercati arabi/per esempio/**e all'ingresso negli Stati Uniti/in Cina/in India**/anche in Europa insomma/voglio dire/pensa... pensa/che ne so/alla nuova.../come dire/alla nuova... al nuovo ceto medio-alto russo/per esempio/che ha voglia di spendere.
- A:** Sì/ma quanto costa una Ferrari?/dimmi un po'/lo sai?
- B:** Ehi... caro/**l'ultimo modello l'FF costa ben 260.000€**/IVA compresa/e c'è chi li paga anche molto volentieri.
- A:** E **i modelli sono tantissimi** anche/no?/se penso anche alla Lamborghini o alla Bugatti/o la Maserati/no?
- B:** Eh... queste sono le grandi griffe italiane/no?/penso per il design a Giugiaro/Pininfarina/**abbiamo fatto la storia del design automobilistico mondiale** noi/insomma/dai.
- A:** Sì/sì/è un mito/la Ferrari è un mito.
- B:** **La Ferrari è un simbolo nazionale/la Ferrari è un marchio**/è un marchio in cui gli italiani si riconoscono/è la storia di un uomo prima della storia di una... di una macchina/insomma.
- A:** È...
- B:** È un orgoglio nazionale/dai
- A:** È un sogno/no?/la Ferrari rappresenta il sogno.
- B:** Ehh... rappresenta velocità/sportività/lusso/movimento/la Formula 1/dai.

## VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

### Il Salone dell'auto di Ginevra

**Situazione:**

*Due visitatori del Salone dell'auto di Ginevra passeggiano tra gli stand, ammirano le auto di lusso e discutono intorno al design italiano.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e completate la scheda con i contenuti dell'intervista.**

		SÌ	NO
1.	Nella produzione di automobili l'Italia ha una grande tradizione per quanto riguarda il design.		
2.	Ultimamente la produzione si è anche rinnovata.		
3.	La Ferrari è conosciuta in tutta l'Europa.		
4.	La Ferrari si critica con passione.		
5.	La produzione automobilistica italiana offre modelli raffinatissimi.		
6.	La produzione asiatica causa dei problemi alla produzione automobilista italiana.		
7.	La produzione automobilistica italiana sta perdendo terreno.		
8.	Le auto italiane hanno conquistato i mercati degli Stati Uniti, della Cina e dell'India.		
9.	L'ultimo modello della Ferrari costa ben 260.000€.		
10.	Ci sono pochissimi modelli.		
11.	L'Italia ha fatto la storia del design automobilistico mondiale.		
12.	La Ferrari è una favola.		
13.	La Ferrari rappresenta la Formula 1.		

## REGISTRAZIONE 10

### Il Salone del gusto di Torino

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*Al Salone del gusto di Torino due operatori del settore parlano dei risultati raggiunti dal Made in Italy alimentare.*

- A:** Possiamo dire quali sono i prodotti del Made in Italy alimentare oppure rimane difficile definirli?
- B:** Difficile?/basta dire caffè e pasta/basta aggiungere olio d'oliva/formaggi/penso al **Grana padano/il formaggio italiano.../che è il formaggio italiano più venduto all'estero**/poi ci sono marchi come Ferrero/la Nutella/no?/cioccolato e dolci/poi/va be'/ci sono le acque minerali/ma... poi la carne/vogliamo parlare degli insaccati/della mortadella/per esempio?/**abbiamo salumi di altissima qualità**/esportiamo per 20 miliardi di euro
- A:** 20 miliardi non sono pochi/caro mio/ehh?/e verso quali Paesi?
- B:** Beh/**al primo posto abbiamo gli amici tedeschi/la Germania/poi naturalmente ci sono gli Stati Uniti**/l'Inghilterra.../adesso si pensa a nuovi Paesi/no?/quelli... quelli che hanno più interesse/adesso/ai nostri mercati/come la Russia/tutta l'Europa dell'est/ e poi/naturalmente/**anche i mercati asiatici/Giappone/Cina.**
- A:** Eh.../però rimane difficile/no?/capire il motivo del successo del Made in Italy alimentare/non penso che ci sia solo un motivo/no?/forse.
- B:** Beh.../in realtà io penso che ce ne siano **moltissimi di motivi/no?/innanzitutto la qualità e la bontà dei nostri prodotti**/e poi/insomma/c'è comunque questa tradizione alimentare che contraddistingue in nostro Paese/no?/la nostra industria alimentare esporta in tutto il mondo perché/diciamocelo pure/**abbiamo i prodotti migliori.**
- A:** Eh sì/e poi il Salone del gusto qui a Torino è diventato un evento/come dire?/internazionale.
- A:** (*ride*) perché mangiano tutti/no?/quindi è normale/è normale/e quando si... si parla con amici/diciamo che uno degli argomenti preferiti è la tavola/la buona tavola/il mangiar bene/il bere bene/e quindi/naturalmente/il Salone del gusto aiuta in tutto questo/no?/e poi/insomma/ci sono/come dire?/**manifestazioni un po' particolari/tipo il festival del prosciutto/il teatro del gusto/la scuola internazionale di cucina**/ehh.../insomma/tutto quello può aiutare il Made in Italy a essere/come dire?/più apprezzato nei mercati internazionali.

- A:** E poi/eh.../a Torino hanno organizzato tutta una serie di... di eventi/no?/legati al... al Salone del gusto/eventi per i manager internazionali/no?

## REGISTRAZIONE 10

### Il Salone del gusto di Torino

*Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)*

- B:** Beh sì/perché/diciamocelo tra di noi/dobbiamo un po' alfabetizzare i compratori stranieri/cioè cosa significa?/non basta che i prodotti arrivino dall'Italia/**bisogna anche informare i consumatori**/spiegare che tipo di filosofia culinaria abbiamo in Italia/che tipi di processi di produzione abbiamo/e soprattutto spieg... spiegare la grande tradizione che c'è per quanto riguarda la cucina in Italia/insomma.
- A:** Ma comunque noi parliamo di cucina/di cibo/di mangiare/di prodotti alimentari/però/in fondo/dovremmo anche pensare un po' alla salute/no?
- B:** E quest'anno proprio **uno dei grandi temi è la salute**/e al primo posto l'evoluzione del sale/e poi l'educazione alimentare fin... fin da piccoli/insomma/**la dieta mediterranea è comunque la più sana al mondo**/questo ci aiuta.
- A:** E la cucina biologica?
- B:** Beh... cresce l'interesse all'offerta/... **c'è molta sensibilità/soprattutto da parte della... della... delle nuove generazioni di genitori**/vogliono offrire ai figli prodotti genuini e soprattutto sani.
- A:** Comunque/guarda/molti hanno paura della Cina/no?/i produttori italiani proprio temono la Cina.
- B:** Eh... beh/perché/voglio dire/**è di estrema attualità la clonazione dei prodotti italiani e soprattutto i prodotti alimentari**/ci sono prodotti che vengono/come dire?/confezionati e realizzati in Cina e finiscono sulle tavole italiane/spacci..., spacciati per prodotti italiani/non si conosce né l'origine né la qualità/non si può garantire nulla per quello che viene dalla Cina.
- A:** E cosa possiamo fare?
- B:** Beh.../bisogna salvaguardare la qualità e **bisogna avere accordi commerciali efficaci**/un mese fa l'agenzia per la Cina ha concluso un accordo e ... con l'Italia e per il controllo/proprio di queste edulcorazioni/per queste... queste contraffazioni.

## VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE

### Il Salone del gusto di Torino

**Situazione:**

*Al Salone del gusto di Torino due operatori del settore parlano dei risultati raggiunti dal Made in Italy alimentare.*

**Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l’ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e per ogni frase della scheda indicate con una crocetta (SÌ / NO), se le frasi corrispondono o non corrispondono al contenuto della registrazione.**

		SÌ	NO
1.	Il Grana padano è il formaggio italiano più caro.		
2.	In Italia si producono salumi di altissima qualità.		
3.	Al primo posto delle esportazioni ci sono gli Stati Uniti.		
4.	L’Italia esporta anche verso i mercati asiatici del Giappone e della/Cina.		
5.	Un motivo per il successo del Made in Italy alimentare è la qualità e la bontà dei prodotti.		
6.	Un altro motivo del successo è che l’Italia ha i prodotti più convenienti.		
7.	Ci sono anche manifestazioni un po’ particolari, per esempio il festival del prosciutto o la scuola internazionale di cucina.		
8.	È molto importante conoscere i consumatori.		
9.	Uno dei grandi temi del Salone del gusto è la salute.		
10.	La dieta mediterranea è la più ricca di calorie al mondo.		
11.	C’è molta sensibilità da parte delle persone della terza età.		
12.	Un problema molto attuale è la clonazione dei prodotti alimentari italiani.		
13.	Per proteggere la produzione italiana è necessario avere accordi commerciali efficaci.		

## REGISTRAZIONE 11

### Pasquetta

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*Due amici che abitano a Torino raccontano i loro programmi per Pasquetta.*

*In Italia, Pasquetta è una festa che si trascorre insieme con gli amici con una gita, un pic-nic o un'altra attività comunque all'aperto.*

- A:** Bah/Francesco/ come va il tempo? Hai qualche notizia? Uhm...
- B:** Mah guarda/ho dato un'occhiata/pare che sia così così/in ogni caso mi preparo a tutto/se fa bello: grigliata nel giardino **di mio fratello con la sua famiglia/con la sua famiglia poi con amici**/dovremmo essere una quindicina/
- A:** Se piove o se fa freddo?
- B:** Beh ... se piove/**prendiamo tutti la macchina** e andiamo verso il bel tempo/insomma/ mah ... non lo so/andremo in campagna/**faremo un giro** nel centro storico di qualche piccola città/un caffè/due paste/due chiacchiere/
- A:** Noi/guarda/al mattino vogliamo dormire/poi il pomeriggio andremo a **visitare il Castello di Venaria**/perché ... ho sentito dire che c'è una mostra/vero?
- B:** Sì/c'è una mostra **per i 150 anni dell'Unità d'Italia**.
- A:** E me la consigli? Ho sentito dire che ci sono esposte opere d'arte molto belle.
- B:** È molto bella la mostra/interessante/sono presenti **opere di grandi maestri dell'arte italiana**/dall'antichità all'unità d'Italia/quindi Giotto/Leonardo da Vinci/il Tiepolo/il Caraccio/ il Canaletto/Canova.
- A:** E senti/mi ... mi conviene prenotare oppure no?
- B:** Mah ... a Pasquetta è assolutamente necessaria la prenotazione/rischi di non trovar posto/la gente è in giro e c'è molta gente in giro/**c'è rischio di code quasi dappertutto**/meglio assicurarsi il biglietto/puoi anche provare in Internet/magari on line a farlo/ma guarda forse è già troppo tardi/meglio che ci provi subito/sai!
- A:** Aha!/dunque ... dunque devo pensare a un'alternativa/forse mi puoi dire qualcosa/visto che sei un esperto di mostre.
- B:** Guarda/visto che sei lì in zona/c'è la possibilità di visitare la mostra dedicata a Vittorio Emanuele II ...

- A:** Lascia perdere Vittorio Emanuele II/in ogni caso lascialo perdere/in ogni caso vado a Venezia/senti e **il centro storico di Venezia**/vale la pena andarci oppure è meglio dimenticarlo?
- B:** Guarda/è stato restaurato completamente/**è stato completamente chiuso al traffico**/e ... è un quartiere ottocentesco/in realtà è elegantissimo questo stile umbertino/questi localini/ci sono ristoranti/ma insomma **per prendere un caffè un gelato per mangiare qualcosa è sicuramente l'ideale.**

## REGISTRAZIONE 11

### Pasquetta

*Transkription des Hörtextes (Seite 2 von 2)*

- A:** Ma davvero/guarda/sono proprio sorpreso/e il tuo programma?
- B:** Ma guarda/ti dicevo/grigliata/grande mangiata insieme a parenti e amici/ **riposo/aria aperta/sole** se c'è naturalmente/poi giochiamo con i bambini/ci troviamo nella natura/quasi primavera/**certo il tempo non promette**/però vediamo ...
- A:** E le uova di Pasqua per i bambini le avete preparate?
- B:** Ah guarda/quelle non mancheranno/e **poi colomba e spumante come da tradizione**/insomma/cioè noi italiani/vuoi o non vuoi ...
- A:** Ma insomma/siamo poco originali.
- B:** Beh ... io leggevo a questo proposito che **4 italiani su 10 passeranno Pasquetta all'aperto** fuori città/sì/siamo tradizionali in questo/ci rassicuriamo molto in questo/anche se piove/gli italiani non rinunciano alla tradizionale gita/ebbene sì/tutti gli anni.
- A:** Sai/con questo inverno/con tutte le influenze che ci sono state e poi il lavoro/insomma **la gente ha voglia di uscire**/ ... di rinascere/no?
- B:** Beh sì/questo è anche vero/va bene/va/innanzitutto ti auguro una buona Pasquetta e fammi sapere insomma/fammi sapere di Venezia/un gioiellino/fammi sapere se la mostra ti è piaciuta/se ci sei andato/insomma fai un giro/fammi sapere/dai!

## VERIFICA DELLA COMPrensIONE ORALE

### Pasquetta (Seite 1)

#### **Situazione:**

*Due amici che abitano a Torino raccontano i loro programmi per Pasquetta. In Italia, Pasquetta è una festa che si trascorre insieme con gli amici con una gita, un pic-nic o un'altra attività comunque all'aperto.*

#### **Il vostro compito**

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e per ogni punto della scheda segnate l'informazione che corrisponde al contenuto della registrazione.**

1. A Pasquetta Francesco farà una grigliata
  - a. nella casa di suo fratello
  - b. nel giardino di suo fratello
  - c. nel ristorante di suo fratello
2. Francesco e la sua famiglia faranno
  - a. un giro in macchina
  - b. un giro in treno
  - c. un giro a piedi
3. L'amico di Francesco andrà a visitare
  - a. la città di Venaria
  - b. il Castello di Venaria
  - c. il palazzo di Venaria
4. Lì c'è anche una mostra
  - a. per l'unità dell'Europa
  - b. per l'unità della Germania
  - c. per l'unità dell'Italia
5. Sono esposte opere di grandi maestri
  - a. dell'arte italiana
  - b. dell'arte internazionale
  - c. dell'arte europea
6. A Pasquetta c'è rischio di code
  - a. quasi da nessuna parte
  - b. quasi dappertutto
  - c. quasi su tutte le autostrade

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**Pasquetta** (Seite 2)

7. Il centro storico di Venaria
  - a. è stato parzialmente chiuso al traffico
  - b. è stato completamente chiuso al traffico
  - c. è stato recentemente chiuso al traffico
  
8. Per prendere un caffè un gelato per mangiare qualcosa il centro di Venaria
  - a. è sicuramente l'ideale
  - b. è per niente l'ideale
  - c. sarebbe forse l'ideale
  
9. Il programma di Francesco è
  - a. riposo / campagna / sole
  - b. riposo / montagna / sole
  - c. riposo/aria aperta/sole
  
10. Il tempo
  - a. non promette
  - b. promette molto
  - c. promette male
  
11. Gli italiani che passano Pasquetta all'aperto sono
  - a. 5 su 10
  - b. 4 su 10
  - c. 3 su 10
  
12. A Pasquetta la gente
  - a. non vuole uscire
  - b. ha voglia di uscire
  - c. si rifiuta di uscire

## REGISTRAZIONE 12

### Ferragosto

Transkription des Hörtextes (Seite 1 von 2)

**Anmerkung:**  
**Die fettgedruckten Textteile entsprechen den Punkten der Aufgabenstellung**

#### Situazione:

*Un ragazzo italiano cerca di spiegare ad un amico perché Ferragosto continua ad essere una festa molto importante in Itali.*

- A:** Senti/Marco/ma gli austriaci conoscono il nome Ferragosto/però nessuno capisce esattamente il significato/
- B:** Ehh... ha un significato molto antico/significa Ferie Augusti/il Ferragosto ... cioè riposo di agosto/... era in onore dell'imperatore Augusto ed è **una antichissima – naturalmente – festività**/risale a quell'epoca/era per celebrare il raccolto e la fine dei lavori agricoli/pensa un po'/una specie di primo maggio ante litteram.
- A:** Ma dunque adesso/l'aspetto ... l'aspetto agricolo è finito/**la tradizione agricola si è perduta.**
- B:** Mah ... perduta/sì e no/insomma/è la stagione delle sagre adesso/no?/e quindi comunque/ il fatto di essere legato alla terra rimane/ehh../certo- è il momento culminante dell'estate e quindi adesso è cambiato un po' il significato/**si cerca di più il mare/il fresco/le montagne/riposo**/però insomma/le sagre continuano ad esserci/nei paesi soprattutto/per l'entroterra/insomma.
- A:** Ed è rimasto qualcosa di antico?/come tradizione?/al giorno d'oggi?
- B:** Eh beh/sì/**le feste popolari in tutta Italia**/ ehh.../a Milano/pensa un po'/fino al secolo scorso "dare il Ferragosto" equivaleva a dare dei doni in denaro agli operai e i contadini in modo che potessero festeggiare il Ferragosto/era proprio un incentivo a questo.
- A:** Ah senti/questo 15 agosto / questo agosto ... questo Ferragosto/ho sentito dire che è anche **un motivo cinematografico**/è vero?/ci sono molti film?

- A:** E nella letteratura?
- B:** Beh .../tantissimi sono i romanzi ambientati a Ferragosto/ma mi vengono in mente solo tre adesso/così/insomma/tipo *Ferragosto di morte* di Carlo Cassola del 1980/*Scherzo di Ferragosto* di Arturo Carlo Jemolo del 1983/e poi ***Maledetto ferragosto*** di Renato Olivieri/che è anche del 1983/è quel **romanzo giallo**/se n'è parlato/sai/dove il commissario Ambrosio/famoso di Olivieri/indaga sulla morte misteriosa di Andrea Bulgari che fu trovato morto nella sua camera da letto il giorno del Ferragosto a Milano/appunto.
- A:** Ecco/però possiamo dire che /insomma/ il Ferragosto ormai è importante solo per ilturismo/no?
- B:** Beh ... sì/insomma/non so se solo per il turismo/ comunque voglio dire che **le località di mare e di montagna in questo periodo nella settimana di Ferragosto sono stracolme di persone.**
- A:** Cioè ... cioè vogliono anche divertirsi/cercano anche il divertimento.

## REGISTRAZIONE 12

### Ferragosto

*Traskription des Hörtextes (Seite 2 von 2)*

- B:** Beh... se cercano più divertimento/allora abbiamo la riviera adriatica che è proprio votata a questo tipo di turismo/no?/penso/che ne so/a **Rimini/Riccione/con discoteche.../acquapark/...parchi di divertimento/**insomma/si presta molto.
- A:** E tu?/cosa fai a Ferragosto?
- B:** Ma guarda/**io cerco mare**/perché naturalmente sono tipicamente italiano in questo/cerco spiagge poco affollate/con amici/non cerco mostre/non voglio centri storici/non voglio visitare città d'arte/voglio solo fresco/**voglio solo fresco**/c'è tempo di farlo in inverno tutto il resto/e poi insomma voglio anche godermi la notte di San Lorenzo/sai che cos'è?
- A:** che?/La ... **la notte di San Lorenzo**?
- B:** Ma sai/la notte del 10 agosto/la notte **dal 10 all'11** agosto è la notte delle stelle cadenti/e si sta fuori/normalmente in spiaggia/fino a tardi/a guardare le stelle cadenti/ e noi diciamo che sono le lacrime del santo/di San Lorenzo martire/e ... quindi/niente/ogni volta che si vede una stella cadere si esprime un desiderio/e questo/stranamente/si avvera.

## VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE

### Ferragosto (Seite 1)

#### Situazione:

*Un ragazzo italiano cerca di spiegare ad un amico, perché Ferragosto continua ad essere una festa molto importante in Italia.*

#### Il vostro compito

- **Leggete con attenzione la scheda prima di cominciare l'ascolto.**
- **Ascoltate più volte la registrazione e per ogni punto della scheda segnate l'informazione che corrisponde al contenuto della registrazione.**

1. Ferragosto è una festività
  - a. molto bella
  - b. molto antica
  - c. molto recente
  
2. Oggi la tradizione agricola
  - a. esiste ancora
  - b. esiste ancora in parte
  - c. non esiste più
  
3. Oggi a Ferragosto si cerca piuttosto di
  - a. riposarsi
  - b. divertirsi
  - c. cambiarsi
  
4. A Ferragosto ci sono feste popolari
  - a. nell'Italia settentrionale
  - b. nell'Italia meridionale
  - c. dappertutto in Italia
  
5. Ferragosto è un motivo
  - a. giornalistico
  - b. cinematografico
  - c. pittorico
  
6. Il film *Un sacco bello* è del
  - a. 1978
  - b. 1980

1988

VERIFICA DELLA COMPRESIONE ORALE  
**Ferragosto** (Seite 2)

7. Un altro film su Ferragosto si chiama
  - a. *Palazzo di Ferragosto*
  - b. *Parco di Ferragosto*
  - c. *Pranzo di Ferragosto*
  
8. *Maledetto Ferragosto* è
  - a. un romanzo giallo
  - b. un film giallo
  - c. un racconto giallo
  
9. Per il turismo Ferragosto è
  - a. molto importante
  - b. relativamente importante
  - c. per niente importante
  
10. Discoteche, acquapark e parchi di divertimenti si trovano a
  - a. Ravenna e Roma
  - b. Rimini e Riccione
  - c. Rovigo e Rapallo
  
11. A Ferragosto Marco vuole andare
  - a. in montagna
  - b. al mare
  - c. in campagna
  
12. A Ferragosto Marco ha voglia
  - a. di fantasia
  - b. di follia
  - c. di fresco
  
13. La notte dal 10 all'11 agosto si chiama
  - a. Notte di San Lorenzo
  - b. Notte di San Leopoldo
  - c. Notte di San Leonardo

**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.at

**Download unter:**

<http://www.bmukk.gv.at/schulen/service/mes/specials.xml>

**Bestellungen:**

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

Verlags- und Herstellungsort: Wien