

**ΤΕΛΙΚΕΣ ΕΝΙΑΙΕΣ ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ 2022 – 2023**

Μάθημα: Ιταλικά Επίπεδο: Ε6 Διάρκεια: 2.30 ώρες Ημερομηνία: 17 Μαΐου 2023

**ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΕΞΙ (6) ΣΕΛΙΔΕΣ
ΟΛΕΣ ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΝΑ ΓΡΑΦΟΥΝ ΣΤΟ ΤΕΤΡΑΔΙΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ
ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΚΑΘΕ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΝΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕΤΕ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΩΤΗΣΗΣ**

PARTE A. PRODUZIONE SCRITTA

(30 PUNTI)

**Svolgi UNO dei due temi che seguono.
Devi scrivere da 220 a 250 parole.**

A1. In Italia, nonostante sia in continua crescita e rappresenti un aspetto importante dello sviluppo occupazionale, il lavoro femminile sembra essere ancora lontano dal raggiungimento dell'uguaglianza di genere. Secondo te, quali sono le cause della disparità di genere nel mondo del lavoro? In che modo si possono aiutare le donne ad avere pari opportunità?

A2. Da un po' di tempo nella zona dove abiti non vengono ritirati regolarmente i rifiuti. Ciò ha creato l'accumulo di spazzatura sulle strade e sui marciapiedi, e ha prodotto una situazione di pericolo ambientale e igienico sanitario. Scrivi una lettera al Comune per segnalare il disservizio, spiegando i gravi disagi di questa situazione e chiedendo un pronto intervento.

PARTE B. COMPrensione DELLA LETTURA

(30 PUNTI)

B1. Leggi il testo e scegli l'opzione giusta tra quelle proposte.

(5x2=10 punti)

Cibo e *Italian Sounding*: all'estero 6 prodotti su 10 sono falsi "Made in Italy"

C'è la *Salsa pomarola* venduta in Argentina, la *Zottarella* prodotta in Germania, gli *Spagheroni* che si possono trovare sugli scaffali dei supermercati olandesi, e persino il *Caccio cavallo* brasiliano. La scelta è molto ampia, visto che – come ha rilevato il recente dossier "La tavola degli inganni" di Coldiretti – sei prodotti alimentari italiani su dieci tra quelli in vendita sul mercato internazionale sono il risultato dell'agropirateria che sul falso "Made in Italy" fattura 60 miliardi di euro nel mondo.

Si tratta del cosiddetto *Italian Sounding*: quel fenomeno che consiste nell'utilizzo di denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano l'Italia in prodotti che però di Made in Italy non hanno proprio nulla. Una pratica che colpisce soprattutto i formaggi (con in testa alla classifica il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano, la mozzarella, il provolone, il gorgonzola, il pecorino romano, l'Asiago e la fontina) e i salumi più prestigiosi come il prosciutto di San Daniele e la mortadella. Ma che non risparmia nemmeno l'olio extravergine di oliva, le conserve, i prodotti ortofrutticoli (come il pomodoro San Marzano) e la pasta di semola di grano duro. La maggior parte delle imitazioni si concentra dall'altra parte dell'Oceano Atlantico. Stati Uniti, in testa alla classifica, e Sud America sono infatti tra i Paesi che più di tutti producono e commercializzano falsi "Made in Italy". Ma si tratta di una

pratica diffusa anche in Australia, Canada, Sud America, Thailandia, Corea, Russia e persino tra i Paesi dell'Unione Europea. Coldiretti ha, infatti, rilevato parecchi prodotti contraffatti anche in Germania, Paesi Bassi, Croazia, Ungheria, Spagna e Romania, nonostante la protezione comunitaria dei prodotti italiani DOP e IGP. Rispetto a qualche anno fa, chi realizza prodotti contraffatti non si preoccupa nemmeno più di mascherare la frode, imitando il più possibile il nome originale del prodotto. Così, Di fianco agli "spaghetti napoletana" scovati in Belgio, ci sono anche gli Chapagetti venduti in Corea. Mentre, oltre a "Una grande mozzarella" prodotta in Russia, si stanno diffondendo anche le mozzarelle di *Murrah bufala* realizzate in Thailandia. In generale, però, i nomi dei prodotti contraffatti continuano a decantare improbabili origini italiane come la Mortadela siciliana prodotta in Canada o il *Dobro Salama Napoli* realizzato in Croazia.

Nemmeno il vino è immune dal fenomeno della contraffazione. Secondo la recente indagine di Coldiretti, negli Usa si troverebbero infatti falsi Chianti e *Tuscan moons*. Mentre il Barbera e il Prosecco sarebbero tra i vini più imitati rispettivamente in Romania e in Russia. Peccato però che il famoso Barbera italiano made in Romania sia un vino bianco, e non rosso, come l'originale. A far preoccupare è anche un'altra novità rilevata dalla ricerca: la crescente diffusione di kit – acquistabili su Internet – per realizzare in casa formaggi, vini e salumi italiani contraffatti. Eppure, al di là dei nomi che possono far sorridere, quello dell' *Italian Sounding* è un problema dal peso economico non trascurabile.

Oltre a danneggiare i consumatori finali, i prodotti italiani contraffatti, togliendo spazio al "Made in Italy", farebbero perdere circa 300.000 posti di lavoro e toglierebbero al nostro Paese quasi 60 miliardi di euro di guadagni. È questo, infatti, il valore che l'agropirateria riesce a fatturare nel mondo. Una cifra, questa, che pesa non solo sulle casse delle aziende italiane, ma anche sulla fiducia dei consumatori che, per il timore di frodi, rischiano di allontanarsi dalle eccellenze enogastronomiche italiane.

tratto da repubblica.it

*Coldiretti: Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti

1. Con il termine *Italian Sounding*

- a) si definisce il fenomeno dell' imitazione di prodotti enogastronomici italiani.
- b) si definisce la fabbricazione di prodotti agroalimentari italiani all'estero.
- c) si esprime la tendenza a privilegiare i prodotti legati al territorio e ai sapori locali.
- d) si evocano la reputazione e l'attrazione che la buona tavola italiana ha nel mondo.

2. I prodotti più colpiti dall' *Italian Sounding* sono

- a) l'olio extravergine di oliva.
- b) la mortadella e il salame.
- c) quelli più pregiati come il prosciutto di Parma.
- d) i formaggi.

3. Nel mercato americano

- a) i prodotti italiani non sono molto apprezzati.
- b) vengono realizzati più prodotti italiani contraffatti.
- c) sono valorizzati i prodotti italiani autentici.
- d) i prodotti italiani non sono particolarmente costosi.

4. Il vino Barbera

- a) è tra i vini più imitati negli Stati Uniti.
- b) ha un costo eccessivo in Russia.
- c) non è un vino rosso in Romania.
- d) è impossibile da contraffare.

5. La pirateria agroalimentare

- a) aiuta i consumatori a prestare più attenzione nella scelta di certi prodotti.
- b) aumenta i posti di lavoro.
- c) aiuta le aziende italiane a investire di più nel settore alimentare.
- d) danneggia le imprese italiane.

B2. Leggi i due testi e indica se le affermazioni seguenti si riferiscono al testo A o al testo B. (6x2=12 punti)

Giovani e lavoro

TESTO A	TESTO B
<p>Anna si è laureata in Lingue, Culture e Civiltà dell'Asia Orientale. «Sono andata via dall'Italia tre anni fa, per una proposta di stage alla Camera di Commercio di Tokyo. In Italia ho cercato qualunque tipo di lavoro pur di iniziare a lavorare subito. Ho trovato un impiego presso una nota azienda di abbigliamento a Parma come commessa. Contratto: stage semestrale pagato 800 euro al mese per lavorare a tempo pieno. L'idea era quella di entrare nell'ufficio marketing dopo una breve formazione e seguire l'espansione dell'insegna in Asia. La mia responsabile di reparto, che nel frattempo mi stava formando sul marketing, è però stata licenziata, così il mio progetto si è arenato. Mi hanno rinnovato il contratto come commessa per altri 6 mesi, sempre per 800 euro mensili. Dopo questo periodo mi hanno proposto di rimanere a casa qualche mese per essere poi riassunta in alta stagione con un altro contratto uguale. La tecnica era quella di spezzettare gli anni di lavoro in piccoli contratti intervallati tra essi tot tempo per non incorrere negli obblighi di assunzione a tempo indeterminato. Nel frattempo, lavoravo saltuariamente anche per un tempio locale come interprete e guida per i monaci che venivano dal Giappone. Nel 2015, con l'EXPO, questi ultimi hanno organizzato un evento in collaborazione con il padiglione Giappone, e mi hanno invitato ad andare con loro per fare da interprete. Lì ho conosciuto tante nuove persone tramite le quali ho trovato un nuovo lavoro vicino a Kyoto in un centro d'informazione turistica. Qui in Giappone ho sempre ricevuto proposte più dignitose, E riesco a vivere pagando tutte le spese e risparmiando qualcosa.»</p>	<p>Bianca è una neo-ingegnera industriale, ha fatto la studentessa lavoratrice nella speranza che la sua laurea – scientifica e considerata «da maschi» – potesse darle un lavoro sicuro, ben pagato. Alla fine dell'università aveva addirittura bisogno di un lavoro con cui mantenersi. Si è scontrata con una miriade di stage non retribuiti o poco retribuiti. Non sono mancate poi, al momento dei colloqui, le solite domande rivolte a una lavoratrice donna: «Ti sentiresti a tuo agio in un ambiente prevalentemente maschile?». Eppure, Bianca un no categorico non lo ha mai detto; con amici e genitori che le dicevano «è pur sempre un lavoro, è un investimento», ha valutato attentamente i pro e i contro. «Però sono stata sincera, non potevo accettare uno stage all'infinito, mi mantenevo da sola da quando avevo 18 anni. Quattro colloqui per un posto da 400 euro al mese. Non è vero che un lavoro non si rifiuta mai – dice Bianca –, io ho studiato anche per imparare velocemente e quindi anche la mia formazione vale. «Anche se siamo in formazione diamo tutto il nostro tempo, che è tutto quello che abbiamo per avere un reddito.» Già, la formazione di Bianca va pagata, come quella di avvocati, architetti, lavoratori del settore dello spettacolo e altre categorie professionali. Anche perché, se continuano a non pagare, la formazione la potrà fare solo chi potrà permetterselo, o chi – come Bianca – quando stacca dal lavoro come ingegnera attacca al bar come cameriera, venendo poi criticata se arriva stanca. Torna, o meglio rimane, una questione di classe: lo fa solo chi può permetterselo.</p>

tratto da l'fattoquotidiano.it

1. Ha dovuto lavorare per mantenersi durante il periodo degli studi.
2. Ha trovato un lavoro come stagista in un'azienda tessile.
3. Il suo contratto veniva interrotto per qualche mese per poi essere sostituito da uno nuovo.
4. L'opportunità di un nuovo lavoro è stata possibile, grazie all'incontro con certe persone.
5. Con l'attuale impiego riesce persino a mettere qualcosa da parte.
6. Un solo lavoro non è sufficiente per avere una retribuzione adeguata.

B3. Leggi il testo e rispondi alle domande

(4x2=8 punti)

Oliviero Toscani compie 80 anni: Milano lo celebra con una mostra diffusa in città

Oltre 150 fotografie, realizzate in sessant'anni di carriera, per celebrare l'artista che con le sue campagne ha cambiato il mondo della comunicazione. Oliviero Toscani compie 80 anni, e per celebrare al meglio questo anniversario è stata organizzata una mostra *sui generis*: non un'esposizione in una galleria o in un museo, ma una mostra in diversi angoli di Milano, la città dove il celebre fotografo è nato nel 1942. Le numerose fotografie sono comparse lunedì 28 febbraio 2022 sui supporti messi a disposizione dal Comune di Milano e sui grandi wall di Urban Vision, e saranno visibili fino al 1° marzo. «Oliviero Toscani ha segnato in maniera unica la storia della comunicazione pubblicitaria del nostro Paese, portando nelle campagne di una vita non solo la bellezza dei suoi scatti e la ricchezza del suo pensiero creativo, ma anche istanze sociali, drammi collettivi, lotta alle ingiustizie e temi universali, suscitando ogni volta al tempo stesso stupore e riflessione. La città lo vuole festeggiare oggi per i suoi 80 anni, con questa mostra a sorpresa delle sue fotografie più iconiche sparse per la città. Buon compleanno, Oliviero, e grazie per aver parlato al mondo dalla tua Milano!» ha detto Tommaso Sacchi, assessore alla Cultura del Comune di Milano. Guerra, razzismo, omofobia, AIDS, pena di morte: Oliviero Toscani si è sempre distinto nell'aver saputo usare giornali e pubblicità per parlare dei problemi del mondo, cambiando la concezione di *comunicazione di advertising*. E allora, per il giorno del compleanno di Toscani, chiunque in città potrà vedere le sue fotografie più celebri, ma anche gli scatti meno conosciuti. Questa esposizione è stata una sorpresa per lo stesso Toscani, che l'ha vista per la prima volta percorrendo Milano con uno speciale autobus pieno di amici e tappezzato di sue fotografie.

tratto da repubblica.it

1. Come viene celebrato l'ottantesimo compleanno di Oliviero Toscani?
2. In che modo le sue foto hanno segnato la storia della comunicazione pubblicitaria?
3. Attraverso le sue foto quali tematiche sociali affronta Oliviero Toscani?
4. Quale sorpresa è stata fatta a Oliviero Toscani?

C1. Completa il testo con le parole mancanti.

(10x2=20 punti)

Fiaba o favola? Occhio al finale

Vi siete mai chiesti quale(1)..... la differenza tra i termini *favola* e *fiaba*? Forse no. Anche perché generalmente siamo noi i primi a non farci caso quando(2)..... raccontiamo una ai bambini. Le due parole sono talvolta(3)..... come sinonimi per indicare lo stesso tipo di racconto, quello cioè caratterizzato dalla presenza di creature immaginarie, luoghi fantastici e una trama(4)..... ai bambini. In effetti, *fiaba* e *favola*(5)..... entrambi dal latino *fabula* ("racconto"), ma si riferiscono a due generi diversi. Come distinguerli allora?

Innanzitutto(6)..... lunghezza e dai protagonisti della storia: la fiaba è un componimento di lunghezza media, con personaggi umani, animali e figure fantastiche, come i racconti su Cenerentola o Biancaneve. La favola è(7)..... più breve, e i suoi protagonisti sono spesso degli animali antropomorfizzati, con pregi e(8)..... propri dell'uomo. Si pensi per esempio a *La volpe e l'uva* o *La lepre e la tartaruga*.

L'elemento che però più di tutti distingue i due(9)..... lo ritroviamo nella conclusione: la fiaba ha sempre un epilogo positivo in cui il bene riesce a trionfare sul male; al contrario, il finale della favola è di solito tragico e svela una "morale". Un esempio per tutti: Cappuccetto Rosso. La versione originale di Charles Perrault, infatti, finisce drammaticamente quando la bambina viene mangiata dal lupo, senza cacciatori che poi tagliano la pancia del lupo per salvarla. Quindi la morale era ben chiara: mai(10)..... degli sconosciuti.

tratto da focus.it

C2. Completa il testo con la parte mancante scegliendola tra quelle di seguito elencate.

(10x2=20 punti)

Baci sì, ma in dialetto: la svolta *local* della Perugina

Le famose frasi sui biglietti dei cioccolatini tradotte nei vari idiomi regionali, dal napoletano al romanesco, dal pugliese al veneto. I Baci parlano il dialetto. Nulla di più spontaneo delle lingue(1)..... Così adesso le famose frasi più o meno romantiche dei Baci Perugina si rifanno ai modi di dire regionali. Dal siciliano al genovese, dal romanesco al piemontese: sono nove i dialetti scelti da nord a sud dai Baci Perugina per lanciare la prima edizione di "Parla come... Baci", una serie speciale(2)..... Dal napoletano "Ògne scarrafóne è bèll'a màmma sóia" al milanese "I inamora a guarden minga a spend", sono stati selezionati 100 tra detti e proverbi di 9 diversi dialetti italiani: pugliese, genovese,

milanese, romano, veneto, siciliano, piemontese, napoletano e perugino. Ogni cartiglio contiene(3)..... mentre l'incarto del cioccolatino riporta la parola *bacio* nei dialetti scelti. «I proverbi dialettali sono massime autorali(4)..... ma il cui significato è universalmente riconosciuto poiché si rifà ai grandi temi che accomunano tutti(5).....» dicono dall'azienda. Su ogni singolo incarto del cioccolatino invece vi è incisa la traduzione di *bacio* nei dialetti scelti, dal *basin* milanese al *vasu* siciliano, dal *baxo* genovese al *bagio* umbro, passando per il *bàso* veneto. La saggezza popolare ha tramandato di generazione in generazione detti(6)..... e che spesso sono utilizzati, sia da grandi che da piccini,(7)..... e che addirittura lo rendono più concreto e persuasivo per la forma imperativa e quasi sacrale nella quale sono espressi.

Il marketing non si muove a caso:(8)..... tra i *millennials* la curiosità di scoprire i dialetti è molto forte, sia per il desiderio di creare un legame forte con la propria famiglia,(9)..... ed espressioni o per avere l'opportunità di arricchire il proprio parlato con espressioni colloquiali. Sono queste alcune(10)..... e sono incuriositi dalla possibilità di impararlo.

tratto da ilsole24ore.it

- a. un proverbio in dialetto con la traduzione in italiano
- b. che ancora oggi risuonano attuali e veritieri
- c. del proprio paese per esprimere emozioni
- d. come conferma uno studio promosso proprio dai Baci Perugina,
- e. per rendere omaggio all'Italia e alle sue differenti culture
- f. come "l'amore, l'amicizia, la famiglia, il lavoro e così via"
- g. che rispecchiano l'appartenenza a una cultura e a un luogo specifici
- h. come intercalari che ravvivano un discorso
- i. delle ragioni per le quali sei giovani su dieci utilizzano il dialetto
- j. sia per la volontà di conoscere la storia di determinati termini

FINE DELL'ESAME