



**30**  
1984-2014

ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA®

# DALC-C1

## DIPLOMA AVANZATO DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

### LIVELLO C1

### Test modello 14

© Copyright 2013  
ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA (AIL)®  
via Brunelleschi 4  
IT-50123 FIRENZE - Italia  
Tel.: +39-055-290305  
Fax: +39-055-290396

ASSOCIAZIONE PER LA DIFFUSIONE DELLA  
LINGUA E CULTURA ITALIANA NEL MONDO E  
ORGANISMO DELLE SCUOLE DI LINGUA  
ITALIANA PER STRANIERI dal 1984

info@acad.it • www.acad.it

Diplomi di Lingua Italiana «Firenze» - AIL®:

DELI-A1 - Livello Elementare I  
DELI-A2 - Livello elementare II  
DILI-B1 - Livello intermedio I  
DILC-B1 - Diploma commerciale - livello intermedio  
DILI-B2 - Livello intermedio II  
DALI-C1 - Livello avanzato I  
DALC-C1 - Diploma commerciale - livello avanzato  
DALI-C2 - Livello avanzato II

## © DALC-C1 • TEST MODELLO 14:

Tutti i diritti di copiatura, di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi i computer, i microfilm, la stampa, le copie fotostatiche) sono riservati per tutti i Paesi.

Il presente Test Modello fa riferimento a precedenti esami. Esami futuri potranno subire modifiche su indicazione del Comitato Permanente per gli Esami AIL.

© Copyright 2013  
ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA (AIL)®  
*Certificazione di Italiano come Lingua Straniera*  
Sede legale: via Cavour 85, IT-50129 Firenze  
Sede operativa: via Brunelleschi 4, IT-50123 FIRENZE - Italia  
Tel.: +39-055-290305 • Fax: +39-055-290396  
Codice fiscale: 94013980480 • Partita IVA: 04050340480





# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

## - PARTE PRIMA -

### ***Informazioni generali***

- Riceve separatamente questo fascicolo con i test d'esame ed il modulo delle risposte.
- Marchi le soluzioni sul modulo delle risposte.
- Scriva sul modulo delle risposte con un lapis morbido, del tipo 2B.
- Cancelli ogni risposta che vuole cambiare con una gomma.
- Segni una sola soluzione per ogni domanda.  
Se per esempio pensa che la risposta giusta sia "**b**", marchi la soluzione così:
- **Importante:** Si ricordi di scrivere nome, indirizzo, dati anagrafici e sede d'esame sul modulo delle risposte.

*In bocca al lupo!*





# DIPLOMA AVANZATO DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE» LIVELLO C1 • DALC-C1 • 64.33

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <  
© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

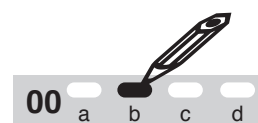


## MODULO DELLE RISPOSTE- PARTE PRIMA 1/7

|   |   |
|---|---|
| <b>Scrivere in stampatello (~ leggibile)!</b>   | <input type="checkbox"/> Sig. <input type="checkbox"/> Sig.ra <input type="checkbox"/> Sig.na |
| Nome:   | Cognome:  |
| Data di nascita: giorno:      mese:      anno:  | Sede d'esame:   |
| Luogo di nascita:   | Paese:  |
| Indirizzo completo (domicilio):   |   |
| Tel:  | Email:  |
| Il candidato autorizza l'Accademia Italiana di Lingua-AIL a includere i suoi dati personali in un database per fini amministrativi legati alla sua iscrizione all'esame AIL. Il candidato potrà anche ricevere delle informazioni, della pubblicità, o delle promozioni riguardanti l'AIL. Il candidato potrà, in ogni momento, e in accordo con la legge italiana (art.13, 675/96), richiedere che i suoi dati siano cancellati dal database dell'AIL. |   |
| Luogo e data: _____ Firma: _____  |   |

### Nota bene:

- Marchi le risposte su questo modulo delle risposte.
- Scriva sul modulo delle risposte con un lapis morbido, del tipo 2B.
- Cancelli ogni risposta che vuole cambiare con una gomma.
- Segni una sola soluzione per ogni domanda. Se per esempio pensa che la risposta giusta sia "b", marchi la soluzione così:
- Si ricordi di scrivere nome, indirizzo, dati anagrafici e sede d'esame su questo modulo delle risposte.



## 1 Comprensione scritta

|    |                       |                       |                       |                       |
|----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 01 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 02 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 03 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 04 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |

|    |                       |                       |                       |                       |
|----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 05 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 06 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 07 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |
| 08 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|    | a                     | b                     | c                     | d                     |

# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 2/7

## **2** Espressione scritta

### **2 - A** SINTESI

09

# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 3/7

## **2** Espressione scritta - *seguito 1*

### **2 - B** LETTERA - FAX - EMAIL DI RISPOSTA A UNA SITUAZIONE DATA

10

# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 4/7

## 2 Espressione scritta - *seguito 2*

### 2 - C SCRIVERE UNA COMPOSIZIONE DI 200-250 PAROLE

11 *Titolo:*



# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 5/7

## 2 Espressione scritta - *seguito 3*

### 11 *Composizione - seguito*

# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 6/7

## 3 Lessico specializzato e grammatica

### 3 - A BRANO CON LESSICO DA COMPLETARE

12

15

13

16

14

17

### 3 - B BRANO DA COMPLETARE CON LE PAROLE ELENcate

18 a b c d e f g h i l m n o p q r

19 a b c d e f g h i l m n o p q r

20 a b c d e f g h i l m n o p q r

21 a b c d e f g h i l m n o p q r

22 a b c d e f g h i l m n o p q r

23 a b c d e f g h i l m n o p q r

24 a b c d e f g h i l m n o p q r

25 a b c d e f g h i l m n o p q r

### 3 - C FRASI DA COMPLETARE CON LE LOCUZIONI A SCELTA MULTIPLA

26 a b c d

27 a b c d

28 a b c d

29 a b c d



# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE PRIMA 7/7

## 3 Lessico specializzato e grammatica - *seguito*

### 3 - D BRANO CON LESSICO DA COMPLETARE E VERBI DA CONIUGARE

|    |    |
|----|----|
| 30 | 39 |
| 31 | 40 |
| 32 | 41 |
| 33 | 42 |
| 34 | 43 |
| 35 | 44 |
| 36 | 45 |
| 37 | 46 |
| 38 | 47 |

### 3 - E SCEGLIERE TRA LE SOLUZIONI PROPOSTE A SCELTA MULTIPLA

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| 48 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 50 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 52 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 54 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d |
| 49 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 51 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 53 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d | 55 <input type="checkbox"/> a <input type="checkbox"/> b <input type="checkbox"/> c <input type="checkbox"/> d |

### 3 - F TROVARE IL TERMINE CORRISPONDENTE ALL'ESPRESSIONE DATA

|    |    |
|----|----|
| 56 | 58 |
| 57 | 59 |



# 1 PROVA DI COMPrensIONE SCRITTA

*Durata: 20 minuti*

## 1 - A) BRANO CON DOMANDE A SCELTA MULTIPLA



LEGGI IL SEGUENTE BRANO:

*Legga poi le affermazioni dal numero 01 al numero 04 e indichi tra le quattro possibilità - a, b, c, d - quella esatta in riferimento al brano letto.*

***Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.***

### QUEI DAZI INVISIBILI SUL *MADE IN ITALY*

Il prosciutto di Parma non arriva sulle tavole indiane. Su quelle cinesi è ammesso, ma dopo una corsa a ostacoli dall'esito incerto. Certificazioni bizantine scoraggiano l'ingresso in Cina, mentre la burocrazia di New Delhi non sembra in grado di aggiornare le sue leggi e blocca tuttora l'import di una delle delizie gastronomiche italiane.

Il tabù della carne suina non cotta è stato infranto nei rigidi Stati Uniti già alla fine degli anni Ottanta, ricorda Federico De Simoni, vicepresidente del Consorzio del Prosciutto di Parma. "Dopo due anni di studi scientifici che dimostravano come la stagionatura eliminasse qualsiasi problema, gli americani hanno aperto e a ruota sono seguiti tanti altri Paesi." Laddove i limiti restano, il sospetto di una strumentalità delle barriere si fa elevato.

In Cina, per esempio, continua De Simoni, "le aziende non hanno garanzie che i prodotti alimentari vengano sdoganati e riescano a terminare l'iter di ingresso." Ai tempi della grande crisi globale, accanto a guerre valutarie e fiscali più o meno dichiarate, è in corso un conflitto a bassa intensità nei mercati emergenti per arginare la presenza dei prodotti italiani e non solo: si moltiplicano le barriere, tariffarie e regolamentari. Le barriere sono spesso non tariffarie, dunque subdole. Indonesia e Vietnam, per esempio, regolano l'importazione di abbigliamento e calzature consentendo di entrare solo da alcuni porti. L'America del Sud è la più restrittiva con la moda e il Brasile trattiene le merci in dogana, per test a campione, fino a 90 giorni. Sui mobili, poi, le tariffe sono aumentate all'80%, perché includono una miriade di imposte e tributi locali.

Il quadro, complicato, emerge dal rapporto del Centro Studi Confindustria e Prometeia 'Esportare la dolce vita' che si occupa di un segmento importante: il bello e ben fatto, cioè i beni di fascia medio-alta, escluso il lusso, dei settori alimentare, abbigliamento e tessile casa, calzature e arredamento. Questa è una fetta cospicua delle vendite all'estero del nostro manifatturiero, è infatti pari al 14 per cento (51 miliardi di Euro) ed è in forte ascesa nei Paesi emergenti.

La conquista dell'esercito di nuovi consumatori che stanno nascendo e crescendo ai quattro angoli della Terra passa anche dal bello e ben fatto. Per l'export italiano è un'occasione da non perdere. Sempre che, nel difficile clima creato dalla crisi, non



prevalgano tendenze protezionistiche finalizzate a politiche nazionali di stimolo della produzione domestica.

Un terzo della domanda aggiuntiva arriverà da Russia, Cina, Emirati Arabi. I russi da soli conteranno più di tutta l'America Latina. L'aumento più vistoso, in termini percentuali, sarà nell'Asia emergente: 66 per cento. E in India le importazioni di bello e ben fatto dovrebbero addirittura raddoppiare.

L'alimentare è in prima fila ad accaparrarsi i benestanti emergenti: le importazioni globali di questi Paesi. Ancor più elevati gli aumenti di arredamento (72%), calzature (57%), abbigliamento e tessile casa (45 per cento). Il design italiano, nel settore dei mobili, rappresenta la punta di diamante del bello e ben fatto, coprendo la quota più importante della domanda di *Made in Italy* nei trenta mercati analizzati.

(Tratto da Roberta Miroglio, in: [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 12.03.2013)

Risposta numero: ***NB: Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.***

- 01** Perché, come dice il titolo, il prosciutto di Parma non arriva sulle tavole indiane e cinesi?
- a) perché c'è una crisi economica globale che penalizza i prodotti di lusso
  - b) per motivi culturali e religiosi
  - c) perché le autorità di India e Cina, in realtà, mettono in atto politiche protezioniste
  - d) perché le autorità italiane pongono molti dazi alle esportazioni in quei Paesi
- 02** Che cosa è 'Esportare la dolce vita'?
- a) un'iniziativa per far conoscere questo famoso film italiano all'estero
  - b) un'iniziativa per far conoscere il cinema italiano all'estero
  - c) un'iniziativa per far conoscere il modo di vita italiano nei Paesi emergenti
  - d) una ricerca sull'export di prodotti italiani di qualità
- 03** Cosa si prevede per il futuro, secondo l'articolo?
- a) ci sono potenzialità soltanto per i prodotti alimentari italiani
  - b) ci sono grandi potenzialità per le esportazioni di prodotti italiani di lusso
  - c) ci sono grandi potenzialità per importare prodotti dai Paesi emergenti
  - d) ci sono grandi potenzialità per le esportazioni di prodotti italiani di fascia medio alta.
- 04** Qual è il problema di cui tratta l'articolo?
- a) molti Paesi emergenti pongono blocchi strumentali alle importazioni di prodotti italiani
  - b) a parte l'alimentare, i prodotti italiani di qualità non sono conosciuti nei Paesi emergenti
  - c) data la crisi, anche nei Paesi emergenti i prodotti italiani non vendono più come una volta
  - d) le istituzioni italiane non fanno abbastanza per tutelare l'export italiano nei Paesi emergenti

## 1 - B) BRANO CON DOMANDE A SCELTA MULTIPLA



LEGGA IL SEGUENTE BRANO:

*Legga poi le affermazioni dal numero 05 al numero 08 e indichi tra le quattro possibilità - a, b, c, d - quella esatta in riferimento al brano letto.*

***Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.***

### LABORATORIO FUTURO

Sulla collina sopra Trento c'è una *Silicon Valley* all'italiana. Potremmo chiamarla 'Povo 2.0', dal nome del quartiere dove si è già sviluppata dai primi anni settanta, quando la Provincia Autonoma decise di acquisire gli spazi di un vecchio collegio e cederli all'università per realizzarvi la facoltà di Scienze.

Quaranta e molti anni dopo, Povo è diventata il simbolo dell'eccellenza trentina in fatto di ricerca e innovazione. Lo spicchio di una realtà ancora poco conosciuta nel resto d'Italia, ma ricca di fermenti, molto diversa dall'immagine stereotipata di un territorio tutto turismo e agricoltura.

A Povo, le strutture universitarie convivono con l'unica sede europea di Microsoft Research, mentre si è appena insediato l'unico nodo italiano dell'Istituto Europeo per l'Innovazione e la Tecnologia (EIT), il tentativo europeo di clonare l'esperienza del MIT di Boston e rispondere alla forte espansione dei Paesi BRICS (Brasile, Russia, India, Cina, Sudafrica).

Se in Italia gli investimenti nel settore ricerca e sviluppo sono a dir poco sottodimensionati, in Trentino viaggiano anni luce più avanti. E l'investimento sta decisamente ripagando. Diretto da Francesco Saracco, il nodo italiano dell'EIT rappresentato dal Consorzio Trento Rise (gli altri sono Berlino, Eindhoven, Helsinki, Stoccolma e Parigi) applicherà il 'triangolo della conoscenza' - formazione, ricerca ed innovazione per le imprese - in tutte le sue declinazioni: dalle città digitali ai sistemi intelligenti per l'energia, salute e benessere, mobilità e trasporti.

"I soldi non bastano, se non c'è una visione e il coraggio di scommettere. Le nuove tecnologie creano posti di lavoro, noi combattiamo la recessione anche così", dice il governatore Lorenzo Dellai. Sempre in sinergia, come l'accordo bilaterale Italia-Austria, che dovrebbe consentire agli atenei di Bolzano, Trento ed Innsbruck di creare un progetto Erasmus di seconda generazione, tra ricerca e alta formazione.

(Tratto da Paolo Cagnan, in: "Panorama", dicembre 2012)



**Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.**

- 05** Cos'è Povo?
- a) una città nel Trentino nata solo 40 anni fa
  - b) un'area dove si concentrano strutture per la ricerca e sviluppo
  - c) un progetto tecnologico multinazionale per il futuro
  - d) una zona famosa per turismo e agricoltura, ora abbandonata
- 06** In che senso il governatore Lorenzo Dellai dice "noi combattiamo la recessione anche così"?
- a) perché come rappresentante di un consorzio riesce ad ottenere fondi europei facilmente
  - b) perché è responsabile di investimenti importanti nel settore della ricerca e sviluppo
  - c) perché come professore universitario ha ideato molte innovazioni sviluppate dall'industria
  - d) perché come economista sa che i soldi non bastano mai
- 07** Come sono gli investimenti nel settore ricerca e sviluppo in Italia?
- a) molto più avanti che negli altri Paesi
  - b) sarebbero sufficienti, ma non c'è il coraggio di cercare nuove strade e di prendere rischi
  - c) tutto sommato, ripagano, si può essere soddisfatti
  - d) insufficienti
- 08** E in Trentino?
- a) molto maggiori che nel resto d'Italia
  - b) addirittura sottodimensionati rispetto al resto d'Italia
  - c) discreti, ma sono fatti solo da istituzioni private
  - d) insufficienti

## 2 PROVA DI ESPRESSIONE SCRITTA

*Durata: 90 minuti*

### 2 - A) SINTESI



LEGGA IL SEGUENTE BRANO:

*Riassuma il brano, riportando i punti principali, utilizzando non più di 100 parole.  
Scriva il brano al numero 09 sul modulo delle risposte.*

### SOCIETÀ GRANDI MARCHI: *MADE IN FURLA*

Eraldo Poletto è un manager con il cuore a Bologna e gli occhi spalancati sul mondo. Lo intercettiamo a New York, la settimana dopo sarà a Lisbona, poi a Tokyo ... dal 2010 è amministratore delegato di Furla, al fianco di Giovanna Furlanetto, presidente dell'azienda. Con il suo arrivo la famiglia del fondatore ha fatto un passo indietro per lasciare spazio al manager.

Furla, azienda produttrice di borse, resta un'azienda di famiglia, come è da 80 anni, ma con un'impronta più manageriale. La proprietà ha fatto una scelta coraggiosa uscendo dai ruoli operativi per concentrarsi su quelli strategici. Presente su 63 mercati, lo scorso anno la marca di borse bolognese ha raggiunto il traguardo di 179 milioni di Euro, dei quali circa tre quarti realizzati all'estero, ma a Poletto non piace parlare degli obiettivi raggiunti.

**Eraldo Poletto:** Il nostro è sempre un *work in progress*. Guardo al consumatore finale, nei diversi Paesi, in Italia e all'estero. L'imperativo è: il prodotto giusto, al momento giusto, nei negozi giusti.

**Giornalista:** *Per restare protagonisti sulla scena internazionale è d'obbligo puntare sull'alto di gamma o ci sono spazi in segmenti diversi?*

**Poletto:** Puntare in alto è un 'trip' che si fanno i manager. Il vero lusso è in realtà il tempo, soprattutto oggi: il valore degli oggetti sta rientrando nella giusta dimensione. La cosa importante è pensare ad un consumatore trasversale, offrendo un prodotto fresco, elegante e con un valore d'acquisto straordinario. Quello che conta poi è che sia realizzato da un'azienda moderna, con valori antichi e con la capacità di attraversare le tempeste. Se si ha la volontà di ascoltare il mercato, questo si intuisce chiaramente.

**Giornalista:** *Con 319 boutique monomarca non avete la tentazione di estendere la vostra offerta all'abbigliamento, per dare vita ad un concetto di lifestyle?*



Poletto: Credo nel *lifestyle* perché è legato al concetto dell'esperienza del consumatore, ma questo non comporta necessariamente l'ampliamento dell'offerta. Steve Jobs ha detto: "Non fare le cose che non sai fare, ma fai bene quello che sai fare." Ne sono convinto anch'io. Ci vuole molto più coraggio a dire di no.

Giornalista: *Quali sono le novità per quanto riguarda i negozi?*

Poletto: Stiamo lavorando su un nuovo concetto, non solo sotto l'aspetto architettonico. Vogliamo creare un contenitore certamente elegante, ma la priorità è che piaccia al cliente. Il nuovo negozio debutterà a settembre a Milano in uno spazio più ampio rispetto a quello attuale, sempre in Corso Vittorio Emanuele, l'anno prossimo sarà la volta di Parigi.

Giornalista: *Dopo i successi di Prada e Ferragamo in borsa, come vede l'ipotesi della quotazione?*

Poletto: L'azienda si deve strutturare come se dovesse andare in borsa, creare trasparenza, abituarsi alla disciplina. La quotazione è comunque un percorso impegnativo. La chiave giusta è muoversi nella direzione di poterlo fare. Per avere poi la libertà di decidere se farlo oppure no.

(Tratto da: "L'Espresso", 31.05.2012)



*Adesso scriva un riassunto dell'intervista che riporti i punti principali, utilizzando non più di 100 parole.*

*Scriva il brano al numero **09** sul modulo delle risposte.*

## 2 - B) LETTERA - FAX - EMAIL



*Scriva un testo di circa 100 parole secondo le indicazioni datele.  
Scriva il brano al numero **10** sul modulo delle risposte.*



*Lei lavora nell'ufficio marketing e pubblicità di una banca. Ha ricevuto l'incarico di scrivere una circolare - eccole il memo scritto dal suo superiore:*

Lei dovrebbe scrivere il testo per una circolare:

- da inviare per posta
- ad un elenco di circa 5000 indirizzi
- da indirizzare a persone e famiglie potenziali clienti

I fatti sono:

- la nostra banca apre una nuova filiale proprio nel centro della città
- ha un ampio parcheggio
- è aperta anche di sabato
- offre consulenze gratuite per tutti per tutto il mese


I concetti più importanti da comunicare:

- la banca è amica della famiglia
- la banca aiuta nei momenti difficili
- la banca offre tanti prodotti, non solo depositi, ma anche investimenti e assicurazioni



*Scriva il brano al numero **10** sul modulo delle risposte.*

## 2 - C) COMPOSIZIONE

 *Elabori una risposta o un commento personale di circa 200 - 250 parole ad una delle tre questioni seguenti, a scelta.*

*Scriva il brano al numero **11** sul modulo delle risposte.*

### 2-C-1) PUBBLICITÀ

In un mondo sempre più dominato dalla comunicazione e dall'informazione personale e personalizzata, con Internet, gli smartphone, i tablet, la tv on demand e così via, quale peso può avere la pubblicità cosiddetta 'fuori casa', cioè i cartelloni stradali, i manifesti, le scritte, le insegne luminose e così via?

Ha ancora senso questo tipo di pubblicità o è, secondo lei, del tutto superata?

### 2-C-2) POVERTÀ

Nessuno nasce povero, né sceglie di essere o diventare povero.

Si può decidere di vivere in una situazione di grande sobrietà, ma non è la povertà subita dai tre miliardi di esseri umani che sono esclusi dal diritto ad una vita dignitosa, contro ogni loro volontà e desiderio.

È lo stato della società in cui nasciamo che ci fa poveri o ricchi. La povertà è una costruzione sociale. C'è impoverimento perché c'è arricchimento.

(Tratto dalla dichiarazione del movimento 'Dichiariamo illegale la povertà', [www.banningpoverty.com](http://www.banningpoverty.com)).


### 2-C-3) DONNE E UOMINI

Descriva qual è la situazione delle donne che lavorano nel Suo Paese e ne faccia un commento.

## 3 PROVA DI LESSICO SPECIALIZZATO E STRUTTURE GRAMMATICALI

*Durata: 45 minuti*

### 3 - A) BRANO CON LESSICO DA COMPLETARE

 *Legga il seguente annuncio ed inserisca le parole mancanti dal numero 12 al numero 17.*

***Segni le sue soluzioni sul modulo delle risposte.***

#### **BANCONOTE IN EURO: DAL 2 MAGGIO 2013 IL NUOVO BIGLIETTO DA CINQUE EURO**

##### ***Perché sono necessarie nuove banconote?***

La BCE e le \_\_\_12\_\_\_ centrali nazionali (BCN) dell'Eurosistema sono responsabili dell'integrità delle banconote in Euro. A tal fine hanno messo a punto una seconda serie di biglietti in Euro, dotati di caratteristiche avanzate che contribuiranno a renderli ancora più \_\_\_13\_\_\_ e a preservare la fiducia dei cittadini nella moneta: un passo avanti rispetto ai falsari.


Le nuove banconote in Euro sono infatti frutto dei progressi tecnologici conseguiti negli ultimi anni ed offrono una maggiore protezione dalla falsificazione. Le banconote sono prodotti altamente sofisticati, che richiedono anni di attività di ricerca e \_\_\_14\_\_\_ per giungere a risultati innovativi. Gli enti creditizi, le categorie professionali che operano con il contante e i cittadini devono poter riconoscere i biglietti falsi, dando così il proprio contributo alla strategia di \_\_\_15\_\_\_ alla falsificazione.

Le nuove banconote in Euro avranno una \_\_\_16\_\_\_ più lunga rispetto alla prima serie e quindi non dovranno essere sostituite con la stessa frequenza. Questa è una caratteristica importante soprattutto per il biglietto da €5, particolarmente soggetto a usura.

Un \_\_\_17\_\_\_ di vita più lungo significa anche una riduzione dell'impatto ambientale delle nuove banconote.

(Tratto da: "BCE - La nostra moneta - il sito ufficiale", [www.nuove-banconote-Euro.eu](http://www.nuove-banconote-Euro.eu), 8.11.2012)

### 3 - B) BRANO DA COMPLETARE CON LE PAROLE ELENATE IN FONDO

 *Legga il seguente brano ed inserisca i termini mancanti, dal numero 18 al numero 25, tra quelli elencati in fondo.*

*Segni le sue soluzioni sul modulo delle risposte.*

#### PORTO DI VENEZIA - DOVE LA TERRA GIRA INTORNO AL MARE

***Al vertice del mare adriatico. All'incrocio dei principali corridoi di trasporto europei. Nodo delle 'autostrade' del mare.***

Il Porto di Venezia si candida come *Gateway* europeo per i \_\_\_18\_\_\_ commerciali da e verso l'Asia. Il nuovo Terminal Container servirà primariamente i mercati del Nord Est, dell'Europa Centrale e Orientale nei traffici con il Far East.

L'incremento complessivo dei traffici container all'interno del Mediterraneo rappresenta una grande opportunità per il Porto di Venezia che può così aumentare la propria \_\_\_19\_\_\_ di mercato in questo settore.

Per potenziare la propria capacità di ricezione nel settore container, il Porto di Venezia ha deciso di realizzare un nuovo terminal capace di \_\_\_20\_\_\_ fino a 1'400'000 TEU (Twenty-Foot Equivalent Unit - misura standard di volume dei container) all'anno.

Il terminal sorgerà in un'area industriale \_\_\_21\_\_\_ di Porto Marghera (aree ex Syndial e Montefibre). Il nuovo terminal container aumenterà i volumi di traffico del Porto di Venezia e, per le sue dimensioni, fungerà da \_\_\_22\_\_\_ per l'avvio della riconversione di Porto Marghera.

Anche grazie al nuovo terminal container di Venezia, che potrà \_\_\_23\_\_\_ con gli interporti veneti, il sistema portuale dell'Alto Adriatico può candidarsi a rappresentare l'accesso privilegiato ai mercati dell'Europa Centrale e Orientale per le merci scambiate con il Far East.

Sviluppare i container nel Porto di Venezia risponde anche alle esigenze di sostenibilità. Infatti raggiungere il Porto di Venezia piuttosto che i porti del Nord Europa significa risparmiare 5 giorni di navigazione, riducendo le \_\_\_24\_\_\_ di gas serra (per ogni




container movimentato verso Monaco via Venezia anziché attraverso un porto del Nord Europa possono essere emessi fino a 97 kg di CO2 in meno) e ridurre il carico sulla rete \_\_\_\_25\_\_\_\_ europea: più merci dirette verso l'Europa transitano per il Porto di Venezia, meno CO2 viene emessa a livello globale.

(Tratto dal prospetto pubblicitario dell'Autorità Portuale di Venezia, membro dell'Associazione Porti Nord Adriatico, 2010)


- |                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| a) <i>accogliere</i>    | l) <i>flussi</i>       |
| b) <i>assumere</i>      | m) <i>inquinamenti</i> |
| c) <i>catalizzatore</i> | n) <i>integrarsi</i>   |
| d) <i>dismessa</i>      | o) <i>italiana</i>     |
| e) <i>dollari</i>       | p) <i>quota</i>        |
| f) <i>emissioni</i>     | q) <i>rimessa</i>      |
| g) <i>esportata</i>     | r) <i>vendere</i>      |
| h) <i>estendere</i>     | s) <i>viaria</i>       |
| i) <i>fatturare</i>     | t) <i>virtuale</i>     |

### 3 - C) FRASI DA COMPLETARE CON LE LOCUZIONI A SCELTA MULTIPLA

 *Completi le frasi dal numero 26 al numero 29 e indichi tra le quattro possibilità - a, b, c, d - quella esatta in riferimento alla parte della frase letta. Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.*

- 26 Dobbiamo \_\_\_?\_\_\_ su qualità ed innovazione per uscire dalla crisi!
- a) pensare
  - b) puntare
  - c) parlare
  - d) prevedere
- 27 La conquista di nuovi \_\_\_?\_\_\_ passa anche dal bello e ben fatto.
- a) consulenti
  - b) consumati
  - c) consunti
  - d) consumatori
- 28 I lavoratori adesso sono pronti a \_\_\_?\_\_\_ per sbloccare la situazione.
- a) scendere in piazza
  - b) piazzare un ordine
  - c) rimpiazzare la merce errata
  - d) spiazzare il pubblico
- 29 Anno positivo dunque, ma ultimo trimestre con \_\_\_?\_\_\_ meno: si è chiuso, infatti, in rosso per 553 milioni.
- a) segno
  - b) punto
  - c) marchio
  - d) risultato

### 3 - D) BRANO CON LESSICO DA COMPLETARE E VERBI DA CONIUGARE

 Legga il seguente brano, coniughi al tempo opportuno i verbi all'infinito ed inserisca le parole mancanti dal numero 30 al numero 47.

**Segni le sue soluzioni sul modulo delle risposte.**

#### IL CLIENTE SE LA RIDE

“Abbiamo fatto scendere le tariffe del 30 per cento.” Giuseppe Sciarrone, ex manager delle Ferrovie dello Stato e oggi \_\_\_30\_\_\_ guida del suo concorrente, la NTV di Montezemolo e soci, non ha dubbi. La via italiana alla competizione sui binari non solo (DIVENTARE) \_\_\_31\_\_\_ un modello a livello europeo, tanto da attirare l'invidia persino dei francesi, soci di NTV, ma che in casa loro subiscono il modello monocratico delle SNCF: no, da noi, in cinque mesi, la competizione (FARE) \_\_\_32\_\_\_ molto di più.

Ha rivoluzionato la strategia commerciale del servizio ferroviario (LA-RISCRIVERE) \_\_\_33\_\_\_ dalle basi, dalle regole, dai fondamentali. Con un effetto di sfida sui prezzi che il passeggero è già in grado di toccare \_\_\_34\_\_\_ mano e di misurare con il portafoglio: “rispetto ad un anno fa,” (DIRE) \_\_\_35\_\_\_ Sciarrone, “il calo medio è del 30 per cento.” E poiché un anno fa NTV non (PARTIRE) \_\_\_36\_\_\_ ancora, questo vuol dire che Trenitalia è stata costretta \_\_\_37\_\_\_ tagliare, per ribattere agli affondi del nuovo avversario.

Che la disfida (POTERE) \_\_\_38\_\_\_ includere anche i colpi sotto la cintura forse era prevedibile.

Prima i dubbi che i test dei nuovi treni entranti sulla rete (RITARDARE) \_\_\_39\_\_\_ ad arte. Poi la crisi di nervi per la barriera \_\_\_40\_\_\_ dalla stazione romana di Ostiense, sede di NTV, impediva il passaggio dalla sala d'aspetto ai binari, finita con un manifesto di protesta sulla stampa.


E si poteva anche immaginare che la temperatura polemica (IMPENNARSI) \_\_\_41\_\_\_, tra due tipi assertivi e irritabili come Mauro Moretti, capo del gruppo pubblico, e Luca Cordero di Montezemolo, presidente di quello privato.

Infatti le frecciate non (FARSI) \_\_\_42\_\_\_ attendere. Come la polemica su \_\_\_43\_\_\_ ha il treno più veloce: “Tra Roma e Milano possiamo tagliare il traguardo in due ore e venti minuti”, (VANTARSI) \_\_\_44\_\_\_ Sciarrone a metà settembre a Berlino, nel bel mezzo della più importante vetrina internazionale del settore.

“Non è vero”, ha ribattuto Moretti, \_\_\_45\_\_\_ poco più in là presentava il nuovo Frecciarossa 1000 che promette proprio in due ore e 20 il collegamento fra Roma Termini e Milano Centrale. Insomma, ogni occasione (ESSERE) \_\_\_46\_\_\_ buona \_\_\_47\_\_\_ reciproche azioni di disturbo.

(Tratto da Paola Donati, in: “L'Espresso”, 18.10.2012)

### 3 - E) SCEGLIERE TRA LE SOLUZIONI PROPOSTE A SCELTA MULTIPLA

 *Scelga tra le soluzioni proposte - a, b, c, d - quella esatta dal numero 48 al numero 55.*

**Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.**

**48** Se si parla di *SCUDO FISCALE*, si parla di:

- a) tasse
- b) assicurazioni
- c) militare
- d) autoveicoli

**49** La frase *NON SONO PREVISTE SANZIONI* significa che:

- a) chi trasgredisce sarà punito
- b) chi trasgredisce non sarà punito
- c) un fenomeno non si può prevedere
- d) un fenomeno si può prevedere

**50** *SIGLARE* può essere sinonimo di:

- a) fallire
- b) saltare
- c) firmare
- d) attaccare

**51** Una *CRESCITA TANGIBILE* significa una:

- a) crescita solo immaginata
- b) crescita reale
- c) crescita apparente, una decrescita in realtà
- d) crescita virtuale



- 52** Se lavoro al *PADIGLIONE* italiano, lavoro:
- a) in un ospedale
  - b) in teatro
  - c) in una fiera
  - d) in un ministero
- 53** Cosa significa attuare una politica *PROTEZIONISTA* ?
- a) proteggere le attività produttive nazionali dalla concorrenza di Stati esteri mediante interventi economici statali
  - b) favorire il libero scambio proteggendo le imprese dai monopoli
  - c) attuare una politica di welfare dove si proteggono le famiglie e i ceti meno abbienti
  - d) sorvegliare in modo particolare la sicurezza sui luoghi di lavoro
- 54** Che cos'è una *PERIZIA* ?
- a) un esempio di frutta geneticamente modificata
  - b) uno strumento finanziario, per esempio una azione o una obbligazione
  - c) un momento di forte difficoltà economica
  - d) un parere tecnico, per esempio una valutazione di danni
- 55** *L'EXPORT TRAINA IL SISTEMA LEGNO* significa che:
- a) si usa sempre più il legno nell'allestimento delle carrozze ferroviarie
  - b) si usa sempre più il treno per il trasporto di legname
  - c) è aumentata l'esportazione dei prodotti in legno
  - d) c'è stato un boom del legno sul mercato interno

### 3 - F) TROVARE IL TERMINE CORRISPONDENTE ALL'ESPRESSIONE DATA



Legga le seguenti frasi e trovi il termine corrispondente all'espressione data dal numero **56** al numero **59**.

**Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.**

Esempio:

*Somma pagata all'assicurazione perché si assuma i rischi dell'assicurato:*  
**PREMIO**

**56** Condurre una trattativa, cercando di arrivare ad un accordo:

\_\_\_?\_\_\_

**57** Termine oltre il quale qualcosa non è più valido:

\_\_\_?\_\_\_

**58** Il metallo prezioso storicamente alla base di molte economie, usato come riserva valutaria:

\_\_\_?\_\_\_

**59** Il luogo fisico dove avviene l'interazione fra impiegato e pubblico, per esempio in banca o alla posta:

\_\_\_?\_\_\_



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

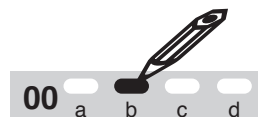
© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



## - PARTE SECONDA - COMPrensIONE AUDITIVA -

### *Informazioni generali*

- Riceve separatamente questo fascicolo con i test d'esame ed il modulo delle risposte.
- Marchi le soluzioni sul modulo delle risposte.
- Scriva sul modulo delle risposte con un lapis morbido, del tipo 2B.
- Cancelli ogni risposta che vuole cambiare con una gomma.
- Segni una sola soluzione per ogni domanda.  
Se per esempio pensa che la risposta giusta sia "b", marchi la soluzione così:
- **Importante:** Si ricordi di scrivere nome e cognome sul modulo delle risposte.



*In bocca al lupo!*



## DIPLOMA AVANZATO DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE» LIVELLO C1 • DALC-C1 • 64.33

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <  
© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

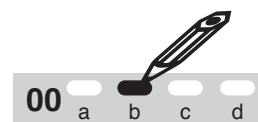


# MODULO DELLE RISPOSTE- PARTE SECONDA 1/2

Nome e cognome del candidato:  
(Scrivere in stampatello!)

### **Nota bene:**

- Marchi le risposte su questo modulo delle risposte.
- Scriva sul modulo delle risposte con un lapis morbido, del tipo 2B.
- Cancelli ogni risposta che vuole cambiare con una gomma.
- Segni una sola soluzione per ogni domanda. Se per esempio pensa che la risposta giusta sia "b", marchi la soluzione così:
- Si ricordi di scrivere nome e cognome su questo modulo delle risposte.



## 4 Comprensione auditiva

### 4 - A CONVERSAZIONE

60  a  b  c  d

61  a  b  c  d

### 4 - B INTERVISTA

62  a  b  c  d

64  a  b  c  d

66  a  b  c  d

63  a  b  c  d

65  a  b  c  d

67  a  b  c  d

### 4 - C NOTIZIARIO ECONOMICO

68  vero  falso

69  vero  falso

70  vero  falso

71  vero  falso

72  vero  falso



# MODULO DELLE RISPOSTE - PARTE SECONDA 2/2

## 4 Comprensione auditiva - *seguito*

### 4 - D BRANO DA RIASSUMERE

73

## 5 Esame orale

*Da riempire dagli esperti!*

Totale punti per l'esame orale

|               |                |
|---------------|----------------|
| Luogo e data: | L'esaminatore: |
| Sede d'esame: | L'esperto:     |



# 4

## PROVA DI COMPrensIONE AUDITIVA

*Durata: 60 minuti*

### 4 - A) CONVERSAZIONE



*Ascolterà una conversazione.*



*Legga poi le affermazioni dal numero **60** al numero **61**.*

*Sentirà la conversazione una seconda volta e, per ogni affermazione, scelga, fra le alternative - **a, b, c, d** - a disposizione, quella che giudica più adatta. Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.*



*Ascolti ora la conversazione una prima volta.*

### **SALVADANAIO**

(Tratto da Radio 24, settembre 2013)



*Adesso legga le affermazioni.*

**60** Oggi la rubrica sarà breve, circa 30 minuti, perché:

- a) si tratta della prima puntata di una nuova serie, 'Cuori e denari'
- b) le titolari della rubrica sono in ferie e torneranno solo la settimana prossima
- c) questa settimana si sta chiudendo un ciclo trasmissioni
- d) le notizie sono poche e meno interessanti del solito

**61** L'argomento del giorno è l'aumento della tassa che si chiama IVA e:

- a) si tratta di un aumento dal 20 al 22% che colpisce tutti i commercianti
- b) i radioascoltatori sono invitati ad intervenire sul tema o fare domande
- c) riguarda tutti i beni di consumo e i servizi al cliente
- d) colpisce duramente solo poche categorie commerciali



*Ascolti ora la conversazione una seconda volta.*



*Ora scelga, fra le alternative - **a, b, c, d** - quella che giudica più adatta. Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.*

#### 4 - B) INTERVISTA



Ascolterà un'intervista.



Legga poi le affermazioni dal numero **62** al numero **67**.

Sentirà l'intervista una seconda volta e, per ogni affermazione, scelga, fra le alternative - **a, b, c, d** - a disposizione, quella che giudica più adatta. Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.



Ascolti ora l'intervista una prima volta.

#### GIORNALISTA DI VIAGGIO

(Tratto da Radio RAI 1: "Check in", 7.6.2013)



Oggi la puntata affronta il tema del giornalismo di viaggio con Marta Ghelma, che ci parla del suo lavoro e dei suoi molti viaggi, fra cui la Colombia.



Adesso legga le affermazioni.

**62** Marta ha cominciato la sua attività di giornalista:

- a) 10 anni fa, quando è stata finalmente assunta da una rivista dopo anni di lavoro come *freelance*
- b) una decina di anni fa, dapprima solo come semplice appassionata del viaggio
- c) come professionista fin da subito, prima come *freelance* e poi a contratto
- d) in questi giorni, dopo aver lasciato un lavoro che non le piaceva



- 63** La carriera di Marta Ghelma è:
- a) stata anticipata da studi in filosofia, percorso inusuale per un giornalista di viaggio
  - b) cominciata in maniera tradizionale, bussando alle porte delle riviste di viaggio
  - c) stata favorita dagli studi di filosofia, che le hanno aperto molte porte
  - d) iniziata presentandosi alle riviste ed ancora oggi questo è il metodo migliore per iniziare
- 64** Al giorno d'oggi, le riviste di viaggio hanno:
- a) alti costi di realizzazione e il loro prezzo alto le fa vendere poco
  - b) ancora la loro utilità e sono più affidabili del web
  - c) perso la funzione di fonte d'informazione principale per i viaggiatori
  - d) successo solo se si propongono a un target giovane
- 65** La Colombia è un Paese che Marta ha visto tre volte:
- a) solo così ha potuto realizzare un articolo sulle donne colombiane
  - b) in questo modo ha potuto capire le 3 anime della Colombia
  - c) perché grande appassionata dell'artista Botero
  - d) insieme al suo compagno, appassionato di cinema sudamericano
- 66** L'anima caraibica della Colombia è la sua costa; qui:
- a) oltre alla cultura, ci sono meravigliosi siti naturali con grandi parchi
  - b) ci sono grandi strutture a buon prezzo, ma non si può campeggiare
  - c) è possibile fare ecoturismo, ma non ci sono città interessanti
  - d) Marta e il suo compagno hanno lavorato nelle piantagioni di caffè
- 67** Marta ci tiene a sottolineare che la Colombia è:
- a) una zona molto pericolosa, si deve fare attenzione viaggiando
  - b) un Paese con uno stile di vita molto europeo
  - c) un posto affascinante, ma ancora restio ad aprirsi al turismo
  - d) un Paese la cui popolazione tiene molto al contatto con l'esterno




*Ascolti ora l'intervista una seconda volta.*



*Ora scelga, fra le alternative - **a, b, c, d** - quella che giudica più adatta.*

***Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.***

#### 4 - C) NOTIZIARIO ECONOMICO

 *Ascolterà un notiziario economico.*

 *Legga poi le frasi dal numero **68** al numero **72**.*

*Sentirà il notiziario economico una seconda volta ed indichi, per ogni parte, se la corrispondente frase è vera o falsa.*

*Segni le sue risposte sul modulo delle risposte.*

 *Ascolti ora il notiziario economico una prima volta.*

 *Adesso legga le frasi.*


**68** Dopo la chiusura negativa delle borse asiatiche il peggio per i mercati Europei deve ancora venire.

**69** Nel panorama europeo, l'unica piazza che regge bene la crisi è quella di Milano.

**70** Lo spread aveva aperto in ampliamento, adesso si rileva una lieve progressiva riduzione.

**71** Il gruppo Intesa San Paolo non accenna a voler cambiare rotta, mantenendo lo stesso amministratore delegato.

**72** Tra le banche italiane, il gruppo Intesa San Paolo è fra quelli che registrano i risultati peggiori con il gruppo Mediolanum.

 *Ascolti il notiziario economico una seconda volta ed indichi, per ogni parte, se la corrispondente frase è vera o falsa.*

 *Adesso segni le sue risposte sul modulo delle risposte.*

#### 4 - D) BRANO DA RIASSUMERE



*Ascolterà un'altra intervista e ne farà un riassunto scritto al numero **73** del modulo delle risposte.*



*Ascolti ora l'intervista una prima volta.*

#### **VINO, UN AFFARE DI FAMIGLIA!**

(Tratto da Radio 24, "Voci di impresa", giugno 2013)



*Si parla oggi di un settore specifico, quello del vino, dove la maggior parte delle aziende sono a carattere familiare.*



*Ascolti ora l'intervista una seconda volta e, contemporaneamente, prenda nota dei punti più importanti per il riassunto.*



*Avrà adesso 20 minuti di tempo per il riassunto scritto da riportare al numero **73** del modulo delle risposte.*





# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DELL'ESAMINATORE**

## Candidati A & B

# 5 ESAME ORALE A COPPIA

*Durata: 30 - 40 minuti*



## Introduzione

L'esame si compone di tre parti.

I candidati ricevono delle schede per tutte e tre le prove.

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| PRIMA PARTE:   | Presentazione e riassunto di un brano letto | 10 minuti |
| SECONDA PARTE: | Discussione                                 | 10 minuti |
| TERZA PARTE:   | Risoluzione di un compito comune            | 10 minuti |

## PRIMA PARTE:

### Presentazione e riassunto di un brano letto

*(tempo: 10 minuti)*

**Esaminatore:** Buongiorno, signori. Mi chiamo ...

Vi ricordo che in questa prova d'esame dovete conversare fra voi, perciò vi prego di mettervi l'uno di fronte all'altro e di presentarvi brevemente dicendo:

- il vostro nome
- la vostra attività o lavoro
- dove abitate
- perché studiate italiano

Prego, cominciate pure ...

**Candidati A:** 1 minuto.

**Candidati B:** 1 minuto.

**Esaminatore:** Grazie.

Ricevete entrambi un breve testo. Leggetelo prima in silenzio, poi raccontatelo al vostro collega.

Prego, cominciate pure ...



*L'esaminatore interviene solo in caso di blocco della conversazione!*





**Testo candidato A:**

**VANTAGGI DEL SISTEMA DI VENDITA IN FRANCHISING**

Il franchising è un modello di business che permette di aprire un'attività in proprio avvalendosi del know-how di un'altra azienda. Ci sono diversi vantaggi ben noti nella formula del franchising, vediamo alcuni.

1) **Modello di Business Testato:** Aprire il proprio franchising significa aprire un'attività in proprio che però è stata già testata (si spera con successo) da molti altri imprenditori e che quindi non riserva sorprese.

2) **Costi Contenuti:** Il franchising permette di avere costi di avviamento contenuti, potendo sfruttare ad esempio la notorietà del marchio senza dover investire in pubblicità. Grazie al supporto della casa madre si possono evitare tutti i costosissimi errori commessi da chi apre una nuova attività e che spesso sono la causa del fallimento a pochi mesi dall'apertura.

3) **Soluzioni 'Chiavi in Mano':** Dal momento che si apre un business già testato e dove tutti i dettagli sono già stati studiati, la nuova attività viene consegnata 'chiavi in mano' cioè, ad esempio, con l'arredamento già definito, moduli e contratti già redatti, etc.

4) **Formazione Continua:** Le grandi aziende forniscono una formazione adeguata sia sulle pratiche gestionali dell'attività, che sulle tecniche di vendita, mentre la promozione e il marketing sono solitamente gestiti dalla casa madre. Nei franchising di successo la formazione inizia ancora prima che la persona apra l'attività vera e propria e continua ad intervalli regolari (per esempio due volte l'anno) per tutta la durata dell'attività.

Insomma, sembra l'attività perfetta. Perché allora non esistono esclusivamente franchising, in qualsiasi settore?

(Tratto da [www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html](http://www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html))





## **SVANTAGGI DEL SISTEMA DI VENDITA IN FRANCHISING**

La grande maggioranza dei franchising sono creati da imprese oneste che vogliono davvero sviluppare un modello d'affari di successo, ma come in ogni altro settore ci sono anche persone che sono solo alla ricerca di un modo semplice per fare soldi.

È così che nascono i 'franchising' che sembrano ottimi investimenti, ma che non hanno alcuna sostanza, né supporto o formazione di alcun tipo. Ecco qualche svantaggio di un'impresa con sistema franchising.

**1) Mancanza di supporto:** La maggior parte delle grandi aziende di franchising (come McDonalds® per esempio) offrono training approfonditi sulle procedure, molto supporto nella fase di avviamento e accesso illimitato alle risorse messe a disposizione dall'azienda madre. Ma le aziende più piccole potrebbero non essere così preparate e professionali in questo senso, essendo più interessate alla vendita del franchising piuttosto che sul successo dell'affiliato.

**2) Successo solo in settori di alto livello di standardizzazione:** Il franchising si applica con maggior successo in settori che hanno un alto livello di standardizzazione, per i quali può quindi esistere una 'formula' per il successo. Riprendendo l'esempio della catena McDonalds®, la popolarità di questo franchising dipende dalla ripetitività della preparazione del cibo e dalla standardizzazione delle procedure di cottura. In settori a bassa standardizzazione invece, questa formula semplicemente non può esistere e pertanto non ci può essere garanzia di successo (indipendentemente da cosa dice chi vuole venderti il franchising). I settori a bassa standardizzazione sono quelli dove è più importante la componente umana, come ad esempio quelli in cui vengono richiesti servizi personalizzati per il cliente finale e dove quindi la preparazione di un venditore e la disponibilità dell'azienda fanno tutta la differenza.

**3) Successo garantito solo per l'azienda madre:** Il fatto che un'azienda madre (franchisor) proponga un franchising non significa che l'affiliato avrà successo. In alcuni casi, il franchising è l'unico vero business, dove l'azienda madre è interessata solo a vendere a quanti più clienti possibili e il fatto che l'affiliato abbia successo o no è totalmente irrilevante.

(Tratto da [www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html](http://www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html))

## SECONDA PARTE: Discussione

(tempo: 10 minuti)



**Esaminatore:** Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi:

**Tema:** “VANTAGGI E SVANTAGGI DEL FRANCHISING”

Vuole iniziare Lei, candidato B?

**Candidati AB:** *Discutono presentando il loro parere.*



*L'esaminatore interviene solo in caso di blocco della conversazione!*



## TERZA PARTE: Risoluzione di un compito comune

(tempo: 10 minuti)



**Esaminatore:** L'argomento che riguarda la terza parte vi viene anch'esso proposto in forma scritta.

CONVINCERE IL COMPAGNO / TROVARE UN ACCORDO



*I candidati hanno 2/3 minuti per leggere la prova proposta, ed i restanti 7/8 per svilupparla.*

## TERZA PARTE: CONVINCERE IL COMPAGNO / TROVARE UN ACCORDO

(tempo: 10 minuti)

**Esaminatore:** Ognuno di voi ha una scheda con un testo che descrive una situazione.

Svolgete il compito che vi viene richiesto seguendo le istruzioni offerte dalla scheda stessa.

Vuole iniziare Lei, candidato A?

**Candidati AB:** *Discutono insieme per circa 10 minuti.*



*L'esaminatore interviene solo in caso di blocco della conversazione!*

Tema: **LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA**

### **Ruolo del candidato A:**

Lei e il suo socio siete i proprietari di un grande negozio di attrezzature sportive e, con l'avvicinarsi dell'estate, volete proporre una nuova campagna pubblicitaria per promuovere gli articoli in vendita nel vostro negozio.

I creativi che avete ingaggiato vi hanno proposto due soluzioni.

A lei piace decisamente di più la soluzione 1 perché tutti sanno che il vostro negozio è molto economico, ma non tutti sanno che vendete anche attrezzature di un certo livello.

Lei vorrebbe raggiungere anche una clientela con maggiori possibilità economiche e liberarsi dell'immagine di negozio soprattutto economico.

Discuta con il suo socio, ascolti la sua proposta e trovate un accordo.



## **Ruolo del candidato B:**



Lei e il suo socio siete i proprietari di un grande negozio di attrezzature sportive e, con l'avvicinarsi dell'estate, volete proporre una nuova campagna pubblicitaria per promuovere gli articoli in vendita nel vostro negozio. I creativi che avete ingaggiato vi hanno proposto due soluzioni.

A lei piace decisamente di più la soluzione 2 perché è un'idea giovane, allegra, richiama il mare (un tipo di vacanza molto amata) e, infine, perché con questa soluzione mettete in risalto l'economicità dei vostri prodotti. Il vostro negozio da sempre punta sul fatto di essere economico, pur garantendo una certa qualità, l'idea è sempre stata vincente, perché cambiare?

Discuta con il suo socio, ascolti la sua proposta e trovate un accordo.

Soluzione 1:



Soluzione 2:







# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

# Candidato A

## 5 ESAME ORALE A COPPIA

*Durata: 30 - 40 minuti*

Candidati  
**A/B**

### PRIMA PARTE:

#### Presentazione e riassunto di un brano letto

*(tempo: 10 minuti)*

*Durante la prima parte Lei dovrà ottenere il maggior numero possibile di informazioni sul suo compagno/compagna riguardo i seguenti temi:*

- nome
- nazionalità
- professione
- lingue conosciute
- piatto preferito
- viaggi in Italia od in altri paesi
- motivi per i quali studia l'italiano
- interessi personali, quali sport, lettura, musica, cinema ecc.

 Ricevete entrambi un breve testo.

Leggetelo prima in silenzio, poi raccontatelo al vostro collega.





LEGGA IL TESTO SEGUENTE CHE DEVE POI  
RIASSUMERE ORALMENTE AL SUO PARTNER.

Candidato

A

Tema: **FRANCHISING**

## VANTAGGI DEL SISTEMA DI VENDITA IN FRANCHISING

Il franchising è un modello di business che permette di aprire un'attività in proprio avvalendosi del know-how di un'altra azienda. Ci sono diversi vantaggi ben noti nella formula del franchising, vediamo alcuni.

1) **Modello di Business Testato:** Aprire il proprio franchising significa aprire un'attività in proprio che però è stata già testata (si spera con successo) da molti altri imprenditori e che quindi non riserva sorprese.

2) **Costi Contenuti:** Il franchising permette di avere costi di avviamento contenuti, potendo sfruttare ad esempio la notorietà del marchio senza dover investire in pubblicità. Grazie al supporto della casa madre si possono evitare tutti i costosissimi errori commessi da chi apre una nuova attività e che spesso sono la causa del fallimento a pochi mesi dall'apertura.

3) **Soluzioni 'Chiavi in Mano':** Dal momento che si apre un business già testato e dove tutti i dettagli sono già stati studiati, la nuova attività viene consegnata 'chiavi in mano' cioè, ad esempio, con l'arredamento già definito, moduli e contratti già redatti, etc.

4) **Formazione Continua:** Le grandi aziende forniscono una formazione adeguata sia sulle pratiche gestionali dell'attività, che sulle tecniche di vendita, mentre la promozione e il marketing sono solitamente gestiti dalla casa madre. Nei franchising di successo la formazione inizia ancora prima che la persona apra l'attività vera e propria e continua ad intervalli regolari (per esempio due volte l'anno) per tutta la durata dell'attività.

Insomma, sembra l'attività perfetta. Perché allora non esistono esclusivamente franchising, in qualsiasi settore?

(Tratto da [www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html](http://www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html))

## SECONDA PARTE - Discussione

(tempo: 10 minuti)

Candidati

# A/B

SCAMBIARSI LE IDEE:

Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi:

**“VANTAGGI E SVANTAGGI DEL FRANCHISING”**



## TERZA PARTE: CONVINCERE IL COMPAGNO / TROVARE UN ACCORDO

(tempo: 10 minuti)

Candidato

# A

### LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Lei e il suo socio siete i proprietari di un grande negozio di attrezzature sportive e, con l'avvicinarsi dell'estate, volete proporre una nuova campagna pubblicitaria per promuovere gli articoli in vendita nel vostro negozio.

I creativi che avete ingaggiato vi hanno proposto due soluzioni.

A lei piace decisamente di più la soluzione 1 perché tutti sanno che il vostro negozio è molto economico, ma non tutti sanno che vendete anche attrezzature di un certo livello. Lei vorrebbe raggiungere anche una clientela con maggiori possibilità economiche e liberarsi dell'immagine di negozio soprattutto economico.

Discuta con il suo socio, ascolti la sua proposta e trovate un accordo.

#### Soluzione 1:



#### Soluzione 2:







# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

## Candidato B

## 5 ESAME ORALE A COPPIA

*Durata: 30 - 40 minuti*

Candidati  
**A/B**

### PRIMA PARTE:

#### Presentazione e riassunto di un brano letto

*(tempo: 10 minuti)*

*Durante la prima parte Lei dovrà ottenere il maggior numero possibile di informazioni sul suo compagno/compagna riguardo i seguenti temi:*

- nome
- nazionalità
- professione
- lingue conosciute
- piatto preferito
- viaggi in Italia od in altri paesi
- motivi per i quali studia l'italiano
- interessi personali, quali sport, lettura, musica, cinema ecc.

 Ricevete entrambi un breve testo.

Leggetelo prima in silenzio, poi raccontatelo al vostro collega.





LEGGA IL TESTO SEGUENTE CHE DEVE POI  
RIASSUMERE ORALMENTE AL SUO PARTNER.

Candidato

B

Tema: **FRANCHISING**

## **SVANTAGGI DEL SISTEMA DI VENDITA IN FRANCHISING**

La grande maggioranza dei franchising sono creati da imprese oneste che vogliono davvero sviluppare un modello d'affari di successo, ma come in ogni altro settore ci sono anche persone che sono solo alla ricerca di un modo semplice per fare soldi.

È così che nascono i 'franchising' che sembrano ottimi investimenti, ma che non hanno alcuna sostanza, né supporto o formazione di alcun tipo. Ecco qualche svantaggio di un'impresa con sistema franchising.

1) **Mancanza di supporto:** La maggior parte delle grandi aziende di franchising (come McDonalds® per esempio) offrono training approfonditi sulle procedure, molto supporto nella fase di avviamento e accesso illimitato alle risorse messe a disposizione dall'azienda madre. Ma le aziende più piccole potrebbero non essere così preparate e professionali in questo senso, essendo più interessate alla vendita del franchising piuttosto che sul successo dell'affiliato.

2) **Successo solo in settori di alto livello di standardizzazione:** Il franchising si applica con maggior successo in settori che hanno un alto livello di standardizzazione, per i quali può quindi esistere una 'formula' per il successo. Riprendendo l'esempio della catena McDonalds®, la popolarità di questo franchising dipende dalla ripetitività della preparazione del cibo e dalla standardizzazione delle procedure di cottura. In settori a bassa standardizzazione invece, questa formula semplicemente non può esistere e pertanto non ci può essere garanzia di successo (indipendentemente da cosa dice chi vuole venderti il franchising). I settori a bassa standardizzazione sono quelli dove è più importante la componente umana, come ad esempio quelli in cui vengono richiesti servizi personalizzati per il cliente finale e dove quindi la preparazione di un venditore e la disponibilità dell'azienda fanno tutta la differenza.

3) **Successo garantito solo per l'azienda madre:** Il fatto che un'azienda madre (franchisor) proponga un franchising non significa che l'affiliato avrà successo. In alcuni casi, il franchising è l'unico vero business, dove l'azienda madre è interessata solo a vendere a quanti più clienti possibili e il fatto che l'affiliato abbia successo o no è totalmente irrilevante.

(Tratto da [www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html](http://www.personeoneste.it/Professionisti/il-franchising-descritto-da-un-professionista.html))

## SECONDA PARTE - Discussione

(tempo: 10 minuti)

Candidati

# A/B

SCAMBIARSI LE IDEE:

Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi:

**“VANTAGGI E SVANTAGGI DEL FRANCHISING”**



## TERZA PARTE: CONVINCERE IL COMPAGNO / TROVARE UN ACCORDO

(tempo: 10 minuti)

Candidato

# B

### LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

Lei e il suo socio siete i proprietari di un grande negozio di attrezzature sportive e, con l'avvicinarsi dell'estate, volete proporre una nuova campagna pubblicitaria per promuovere gli articoli in vendita nel vostro negozio.

I creativi che avete ingaggiato vi hanno proposto due soluzioni.

A lei piace decisamente di più la soluzione 2 perché è un'idea giovane, allegra, richiama il mare (un tipo di vacanza molto amata) e, infine, perché con questa soluzione mettete in risalto l'economicità dei vostri prodotti. Il vostro negozio da sempre punta sul fatto di essere economico, pur garantendo una certa qualità, l'idea è sempre stata vincente, perché cambiare?

Discuta con il suo socio, ascolti la sua proposta e trovate un accordo.

#### Soluzione 1:



#### Soluzione 2:







# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 64.33**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCER): livello C1 <

© Copyright 2013 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



## SOLUZIONI

**1. PROVA DI COMPrensIONE SCRITTA (8 items)**

1-A) Brano con domande a scelta multipla (4 items)  
**“Quei dazi invisibili sul Made in Italy”**

**01) = c 02) = d 03) = d 04) = a**

1-B) Brano con domande a scelta multipla (4 items)  
**“Laboratorio futuro”**

**05) = b 06) = b 07) = d 08) = a**

**2. PROVA DI ESPRESSIONE SCRITTA (48 items)**

2-A) Sintesi (12 items)  
**“Società grandi marchi: Made in Furla”**

attinenza: 4 items / correttezza: 4 items / espressione: 4 items

*modulo delle risposte numero 09*

2-B) Lettera-Fax-Email (24 items)  
**“... scrivere una circolare ...”**

attinenza: 8 items / correttezza: 8 items / espressione: 8 items

*modulo delle risposte numero 10*

2-C) Composizione (12 items)

**“Pubblicità”**

**“Povertà”**

**“Donne e uomini”**

attinenza: 4 items / correttezza: 4 items / espressione: 4 items

*modulo delle risposte numero 11*

**3. PROVA DI LESSICO** (48 items)

## 3-A) Brano con lessico da completare (6 items)

**“Banconote in Euro”**

- 12) banche
- 13) sicuri
- 14) sviluppo
- 15) contrasto / lotta
- 16) durata
- 17) ciclo

## 3-B) Brano da completare con le parole elencate in fondo (8 items)

**“Porto di Venezia - dove la terra gira intorno al mare”**

18) = l    19) = p    20) = a    21) = d    22) = c    23) = n    24) = f    25) = s

## 3-C) Frasi da completare con le locuzioni a scelta multipla (4 items)

26) = b    27) = d    28) = a    29) = a

## 3-D) Brano con lessico da completare e verbi da coniugare (18 items)

**“Il cliente se la ride”**

- 30) alla
- 31) è diventata
- 32) ha fatto
- 33) riscrivendola
- 34) con
- 35) dice
- 36) era partita
- 37) a
- 38) potesse
- 39) fossero stati ritardati
- 40) che
- 41) si impennasse
- 42) si sono fatte
- 43) chi
- 44) si vantava / si è vantato
- 45) che
- 46) è stata
- 47) per

## 3-E) Scegliere tra le soluzioni proposte a scelta multipla (8 items)

48) = a    49) = b    50) = c    51) = b    52) = c    53) = a    54) = d    55) = c

3-F) Trovare il termine corrispondente all'espressione data (4 items)

56) negoziare / contrattare

58) oro

57) scadenza

59) sportell

**4. PROVA DI COMPrensIONE AUDITIVA (25 items)**

4-A) Conversazione con domande a scelta multipla (2 items)

**“Salvadanaio”**

60) = c    61) = b

4-B) Intervista con domande a scelta multipla (6 items)

**“Giornalista di viaggio”**

62) = b    63) = a    64) = c    65) = b    66) = a    67) = d

4-C) Notiziario economico con domande da verificare “vero/falso” (5 items)

**“Questione di borsa ...”**

68) = V    69) = F    70) = V    71) = F    72) = V

4-D) Brano da riassumere (12 items)

**“Vino, un affare di famiglia!”**

attenzione: 6 items / correttezza: 3 items / espressione: 3 items

*modulo delle risposte numero 73*

**5. ESAME ORALE A COPPIA** (20 items)

5-1) Prima parte: Presentazione e riassunto di un brano letto

5-2) Seconda parte: Discussione su un tema comune

**“Vantaggi e svantaggi del franchising”**

5-3) Terza parte: Svolgimento di un compito comune

Simulazione dei ruoli:

**“La nuova campagna pubblicitaria”**

5-4) Pronuncia e intonazione

Valutazione esame orale (massimo 20 punti):

|                                     |                |
|-------------------------------------|----------------|
| EFFICACIA COMUNICATIVA:             | fino a punti 8 |
| CORRETTEZZA MORFOSINTATTICA:        | fino a punti 6 |
| ADEGUATEZZA E RICCHEZZA ESPRESSIVA: | fino a punti 4 |
| PRONUNCIA ED INTONAZIONE:           | fino a punti 2 |