



ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA®

# DALC-C1

**DIPLOMA  
AVANZATO DI  
LINGUA ITALIANA COMMERCIALE  
«FIRENZE»**

**LIVELLO C1**

**Test modello 8**

© Copyright 2007  
ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA (AIL)®  
casella postale 815  
IT-50123 FIRENZE - Italia  
Tel.: +39-349-1889507  
Fax: +39-055-290396

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

[info@acad.it](mailto:info@acad.it) • [www.acad.it](http://www.acad.it)

Diplomi di Lingua Italiana «Firenze» - AIL®:  
DELI-A2 - Livello elementare  
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



ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA®

## © DALC-C1 • TEST MODELLO 8:

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 2007  
ACCADEMIA ITALIANA DI LINGUA (AIL)®  
casella postale 815  
IT-50123 FIRENZE - Italia  
Tel.: +39-349-1889507  
Fax: +39-055-290396



[info@acad.it](mailto:info@acad.it) • [www.acad.it](http://www.acad.it)



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

## - PARTE PRIMA -

<input type="checkbox"/> Sig. <input type="checkbox"/> Sig.ra <input type="checkbox"/> Sig.na			
NOME:			
COGNOME:			
Data di nascita:	giorno:	mese:	anno:
Luogo di nascita:		Paese:	
Indirizzo completo: (Domicilio)			
Tel:		/	E-mail:
Sede d'esame:			

dicembre 2009

---

# 1. PROVA DI COMPrensIONE SCRITTA

*Durata: 20 minuti*

---

## 1.1 LEGGA IL SEGUENTE BRANO:

### ALLA JAL IL TAGLIO DELLA PAGA

Quant'è lo stipendio giusto per il direttore generale della maggiore compagnia aerea asiatica per ricavi? La risposta è: 61 mila Euro. È quanto prenderà Haruaka Nishimatsu della Japan Airlines, che si è ridotto lo stipendio del 60% e imporrà agli altri manager tagli dal 40 al 60%.

Già durante le recenti ristrutturazioni i compensi erano stati tagliati, ed ora quello del capo, che perderà anche benefits come l'ufficio singolo o l'auto sempre a disposizione, sarà al minimo contrattuale della dirigenza. La società continua ad andare male, e la pressione dei creditori ha indotto a varare un nuovo riassetto che comporterà il taglio di 4300 dipendenti, l'8% del totale.

“I nostri lavoratori soffriranno. Così ho deciso l'autoriduzione del mio stipendio”, ha detto Nishimatsu. Un esempio scomodo per l'Europa delle sacralità contrattuali e per l'America dei chief executive con il diritto a compensi indipendenti dalla performance.

(Liberamente tratto da: “Il Sole 24 Ore”, 09.02.2007)



☞ LEGGA LE SEGUENTI AFFERMAZIONI E INDICHI TRA LE QUATTRO  
POSSIBILITÀ QUELLA ESATTA IN RIFERIMENTO AL BRANO LETTO ✕

1.1.1 Chi è Haruaka Nishimatsu?

- a) il nuovo direttore della Japan Airlines
- b) il direttore della JAL
- c) il futuro direttore della JAL
- d) un manager giapponese di successo

1.1.2 Qual è la situazione della Japan Airlines?

- a) grazie al suo nuovo direttore, sta andando a gonfie vele
- b) migliore di quella delle linee aeree europee ed americane, secondo l'articolo
- c) nonostante sia la prima linea aerea asiatica per ricavi, è in crisi
- d) va male, e quindi ha cambiato direttore

1.1.3 Cosa ha fatto il direttore della JAL?

- a) si è aumentato lo stipendio
- b) si è diminuito lo stipendio
- c) ha aumentato lo stipendio dei suoi manager
- d) ha promesso che nessuno perderà il posto di lavoro

1.1.4 Chi dovrebbe prendere l'esempio dal Sig. Nishimatsu, secondo il giornalista?

- a) i suoi dipendenti
- b) i manager giapponesi
- c) i manager americani ed europei
- d) nessuno in particolare

## 1.2 LEGGA IL SEGUENTE BRANO:

### ACCRESCERE LA RESPONSABILITÀ COLLETTIVA NELL'USO DELLA RISORSA IDRICA

*L'accesso all'acqua è un diritto fondamentale ed inalienabile, che dovrebbe essere garantito a tutti. Eppure, in troppe aree del mondo, si tratta ancora di un diritto negato.*

Ogni giorno circa 30mila persone muoiono per cause legate alla scarsità di acqua o ad una sua cattiva qualità o igiene e nel 2020 saranno 3 miliardi gli uomini e le donne che non avranno accesso a questa risorsa fondamentale.

Anche in Toscana, se pure con toni differenti, si leva da più parti un grido di allarme sul rischio di un potenziale stato di emergenza idrica dovuto ai mutamenti climatici degli ultimi anni. Mutamenti che starebbero determinando effetti sull'organizzazione del servizio idrico integrato e di strategie di approvvigionamento dell'acqua potabile.

In una fase come quella attuale caratterizzata dalla progressiva diminuzione delle risorse idriche a disposizione si pone la necessità di un corretto utilizzo dell'acqua da parte di tutti e di una crescita della cooperazione a livello internazionale, ma anche nazionale e locale. Un'esigenza di cui si è tornati a parlare in occasione della Giornata mondiale sull'acqua celebrata il 22 marzo scorso ed avvertita anche in Toscana, dove la costante diminuzione delle piogge solleva il problema di una eventuale siccità nel periodo estivo.

(Liberamente tratto da Olivia Bongianni, in: "Aut & Aut", quindicinale delle autonomie locali della Toscana, 10.04.2007)



☞ LEGGA LE SEGUENTI AFFERMAZIONI E INDICHI TRA LE QUATTRO POSSIBILITÀ QUELLA ESATTA IN RIFERIMENTO AL BRANO LETTO ✕

1.2.1 Qual è l'assunto fondamentale, il punto di partenza dell'articolo?

- a) che l'acqua deve essere un bene di tutti
- b) che l'acqua offre grandi possibilità di business
- c) che l'acqua ormai è un bene comune
- d) che in estate spesso manca l'acqua

1.2.2 Di cosa si è parlato nel congresso toscano?

- a) dell'acqua minerale toscana, che può risolvere il problema della diminuzione delle piogge
- b) della mancanza d'acqua in Italia e nel mondo, che per fortuna non tocca la Toscana
- c) della necessità di utilizzare meglio l'acqua e di collaborare con altri Paesi in difficoltà per la mancanza d'acqua
- d) della qualità dell'acqua di rubinetto comparata a quella minerale

1.2.3 Quali sono, secondo l'articolo, le prospettive per il futuro delle risorse idriche a livello globale?

- a) buone, sempre più abitanti del pianeta hanno acqua potabile
- b) cattive, sempre più abitanti del pianeta soffrono di mancanza di acqua potabile
- c) per ora non ci sono grossi problemi, ma nel futuro ci saranno
- d) ora molte persone muoiono per la mancanza d'acqua, ma nel futuro grazie alla cooperazione internazionale le cose miglioreranno

1.2.4 Quale fra queste frasi riflette il senso dell'articolo?

- a) la tecnologia può aiutarci a risolvere il problema idrico globale
- b) nessuno sembra accorgersi che la mancanza d'acqua sarà un problema
- c) se nei prossimi anni pioverà di più, il problema dell'acqua in Toscana sarà risolto
- d) poiché piove sempre meno, bisognerà organizzare meglio la distribuzione dell'acqua

---

## 2. PROVA DI ESPRESSIONE SCRITTA

*Durata: 90 minuti*

---

### 2.1 SINTESI



LEGGI IL SEGUENTE BRANO:

*Parte dalla Florida il Roadshow per trovare risorse.*

#### UFFIZI IN CERCA DI SPONSOR USA

**FIRENZE** - Gli Uffizi cercano sponsor in America. Il 20 marzo a Palm Beach, in Florida, partirà un inedito 'Roadshow' con il quale l'associazione 'Amici degli Uffizi' vuole presentare ai potenziali sostenitori d'Oltreoceano la filiazione statunitense 'Friends of the Uffizi Gallery' con già un centinaio di iscritti, fondazioni ma anche una importante banca d'affari come la Northern Trust di Chicago.

“È un primo passo, cui ne seguiranno altri, perché gli americani hanno dimostrato e stanno confermando grande attenzione e interesse verso la città di Firenze, in particolare nei confronti degli Uffizi”, spiega Maria Vittoria Rimbotti, presidente delle due associazioni, che, ovviamente, non hanno fini di lucro, e come unico obiettivo perseguono quello di contribuire al finanziamento di restauri e servizi in favore del museo più antico del mondo.

La filiale Usa degli 'Amici degli Uffizi' parte con una dote di investimenti già stanziati (14 interventi per un valore di circa 160mila Euro) e soprattutto con il riconoscimento dello status di public charity che consentirà di applicare il meccanismo della defiscalizzazione per i donatori, prevista negli Stati Uniti e “purtroppo non ancora nel nostro Paese”, come sottolinea Rimbotti, che nella trasferta americana sarà accompagnata da Patrizia Asproni (presidente di Confcultura e consigliere dell'Associazione) e da Emanuele Guerra, avvocato e segretario degli 'Amici degli Uffizi' che contribuì a fondare 14 anni fa.

È la prima volta che un museo italiano va all'estero a cercare finanziamenti e sponsor. “Si tratta di un'iniziativa che ci fa ben sperare per il futuro, vista la cronica carenza di mezzi che lamentiamo” commenta Antonio Natali, direttore della Galleria degli Uffizi. “L'Associazione degli 'Amici degli Uffizi' poi ci supporta da anni e in alcuni interventi è stata determinante”, aggiunge.





Con più di 10mila soci ed un budget annuale di circa 600mila Euro (interamente dedicato agli Uffici, non avendo costi di personale, tutto volontario) l'Ente guidato da Maria Vittoria Rimbotti punta ora ad internazionalizzarsi.

(Liberamente tratto da: "Il Sole 24 Ore", 09.02.2007)



ADESSO RIASSUMA IL BRANO RIPORTANDO I PUNTI PRINCIPALI, UTILIZZANDO NON PIÙ DI 100 PAROLE.



## 2.2 LETTERA - FAX



*Lei è il/la segretario/a di una piccola azienda, da pochissimo trasferita in dei nuovi uffici.*

*Stamani il Suo direttore è molto arrabbiato: “Non è possibile! L’aria condizionata non funziona neanche stamani! Questi incompetenti della impresa di costruzioni, prima hanno ritardato la consegna degli uffici di quasi un mese, siamo entrati da una settimana e ancora i computer non si collegano, l’aria condizionata funziona un giorno sì ed uno no, avevano promesso di mandare l’elettricista e ancora non si è visto, abbiamo metà cavi scoperti e niente luce nei bagni, ma insomma! E lo chiamano servizio chiavi in mano ...!”*

*Il direttore poi si rivolge a Lei: “Guardi, scriva subito una lettera, un reclamo, lo mandiamo per raccomandata, scriva tutto quello che le ho detto, e in più che non paghiamo niente finché non funziona tutto a dovere! Scriva, scriva subito!”*



**ADESSO SCRIVA LA LETTERA ALL’IMPRESA DI COSTRUZIONI, SECONDO I PUNTI INDICATI DAL DIRETTORE, UTILIZZANDO CIRCA 150 - 200 PAROLE.**





## 2.3 COMPOSIZIONE



ELABORI UNA RISPOSTA PERSONALE DI CIRCA 250/300 PAROLE AD UNA DELLE TRE QUESTIONI SEGUENTI, A SUA SCELTA:

### A) BENEFICENZA

Due fra gli uomini più ricchi del mondo, Bill Gates e Warren Buffett, dedicano una grande parte del loro patrimonio e del loro impegno a quella che una volta si chiamava 'beneficenza', dedicandosi a combattere l'AIDS e le altre malattie, la povertà, la fame, l'ignoranza ed altri mali dei Paesi meno sviluppati. Si dice che se i cinquecento uomini più ricchi del mondo facessero lo stesso, una gran parte dei mali dell'umanità si potrebbero davvero risolvere. Che ne pensa?

### B) INDUSTRIE PIÙ IMPORTANTI

Quali sono le industrie più importanti nel Suo Paese? Cosa producono?

### C) LAVORO DIPENDENTE E LAVORO IN PROPRIO

Quali sono le differenze fra lavoro dipendente e lavoro in proprio? Fra chi lavora per esempio per una grande ditta e chi, invece, ha una ditta propria, un negozio, ed è il 'capo' di se stesso?







### 3. PROVA DI LESSICO SPECIALIZZATO E STRUTTURE GRAMMATICALI

*Durata: 45 minuti*

**3.1**  LEGGA ATTENTAMENTE IL SEGUENTE ANNUNCIO ED INSERISCA NEGLI SPAZI VUOTI I TERMINI MANCANTI:

*I conti della pubblicità - I grandi investitori hanno speso in comunicazione nel 2005 più di 3,7 miliardi di Euro.*

#### **CENTO MARCHE REGINE DEGLI SPOT**

I primi cento investitori pubblicitari in Italia nel 2005 hanno coperto il 45% del totale della \_\_\_\_\_ in comunicazione sui vari media, dalla televisione alla stampa, dalle affissioni alla radio. Si tratta di 3,7 miliardi di Euro su un totale di 8,3 miliardi. I primi tre \_\_\_\_\_ della classifica sono occupati da tre aziende di largo consumo, come Unilever, Ferrero, Procter & Gamble: da sole hanno speso in pubblicità lo scorso anno oltre 440 milioni.

In pareggio il \_\_\_\_\_ tra i due big della telefonia mobile: Tim e Vodafone sono entrambi a quota 125 milioni, mentre Hg3 raggiunge l'investimento messo in campo da Wind intorno ai 92 milioni di Euro.

Complessivamente le \_\_\_\_\_ entrate nella classifica dei primi 100 investitori che non risultavano l'anno precedente sono 14.

Tra questi due famosi \_\_\_\_\_ editoriali (L'Espresso e la divisione periodici di RCS) è da segnalare il rientro della Parmalat che nell'esercizio 2005 è ritornata in pubblicità incrementando il suo \_\_\_\_\_ di oltre il 50 per cento e superando i 15 milioni di Euro.

(Liberamente tratto da: "Il Sole 24 Ore", 20.02.2007)

**3.2** 🖱️ **LEGGA ATTENTAMENTE IL SEGUENTE ARTICOLO ED INSERISCA NEGLI SPAZI VUOTI I TERMINI MANCANTI, SCEGLIENDO TRA QUELLI ELENCATI IN FONDO:**

*Sulla strada dei nuovi media*

**SAI IL MEDIUM DEL FUTURO? PASSAPAROLA!**

Qual è il medium più credibile per la trasmissione di informazioni utili per gli acquisti? Le recensioni dei giornali? La pubblicità più attraente?

I cataloghi? I \_\_\_\_\_ Internet? Una ricerca della GfK non lascia dubbi: la risposta è il passaparola. Secondo le \_\_\_\_\_ sulle tendenze mediatiche globali proposte dalla grande società di ricerche basata a Norimberga, in Germania, il 70% dei consumatori del mondo che hanno più di 13 anni si fida delle parole di familiari, amici e conoscenti. Il 59% si fida della pubblicità ed il 55% delle informazioni giornalistiche.

Insomma: il passaparola è il \_\_\_\_\_ di comunicazione che più di ogni altro influenza gli acquisti dei consumatori nel mondo. Per la verità, occorre notare che questo è tanto più vero nella maggior parte dei Paesi \_\_\_\_\_, dagli Stati Uniti all’Australia, dal Regno Unito alla Russia, dalla Cina alla Spagna. In Messico, Brasile, India, Sudafrica, invece, i consumatori credono soprattutto alla pubblicità. L’Italia, ed il Giappone, sono i Paesi industrializzati in cui si attribuisce la massima \_\_\_\_\_ alla pubblicità. In Italia, in particolare, il 60% crede alle informazioni commerciali, il 57% a familiari, amici e conoscenti.

È una situazione decisamente \_\_\_\_\_ per quanto riguarda l’Europa Occidentale, dove il passaparola conta davvero per il 71% dei consumatori, gli \_\_\_\_\_ dei giornali per il 63% e la pubblicità solo per il 49 %.

La preferenza accordata dagli italiani alla pubblicità è probabilmente un riflesso di qualcosa di peculiare nella nostra dieta mediatica, collegato alla forte presenza del medium \_\_\_\_\_ in questo Paese.

(Liberamente tratto da Luca de Biase, in: “Nova”, supplemento di “Il Sole 24 Ore”, 20.08.2006)

- |                    |                    |                    |                  |
|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| <i>analisi</i>     | <i>anomala</i>     | <i>articoli</i>    | <i>autoctoni</i> |
| <i>credibilità</i> | <i>direttori</i>   | <i>informatica</i> | <i>mezzo</i>     |
| <i>pagine</i>      | <i>ripartiti</i>   | <i>usabilità</i>   | <i>siti</i>      |
| <i>sviluppati</i>  | <i>televisione</i> | <i>televisivo</i>  | <i>vero</i>      |

**3.3** 🖱️ **FRASI DA COMPLETARE CON UNA LOCUZIONE A SCELTA MULTIPLA TRA LE QUATTRO PROPOSTE.**

3.3.1 Ho comprato l'auto \_\_\_\_\_ .

- |            |            |
|------------|------------|
| a) a pezzi | b) a parti |
| c) a tassi | d) a rate  |

3.3.2 Questa fattura non ci è ancora stata pagata, \_\_\_\_\_ .

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| a) inviamo un sollecito   | b) chiediamo una dilazione  |
| c) riinviamo all'autorità | d) percepiamo un indennizzo |

3.3.3 Negli anni '90, quando in Italia Internet muoveva ancora \_\_\_\_\_ , pochi pensavano che sarebbe diventata così importante a livello commerciale.

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| a) i passi falsi | b) due passi       |
| c) i primi passi | d) il passo doppio |

3.3.4 Se vogliamo battere la concorrenza abbiamo bisogno di un vero esperto, un \_\_\_\_\_ .

- |                               |                           |
|-------------------------------|---------------------------|
| a) professionale bravo        | b) professore nel ramo    |
| c) professionista del settore | d) professionista di area |

3.4  NEL SEGUENTE ARTICOLO CONIUGHI I VERBI RIPORTATI ALL'INFINITO ED INSERISCA LE PAROLE MANCANTI:

*Stampa: annuncio dell'editore americano Sulzberger*

**NEW YORK TIMES: TRA 5 ANNI SOLO SUL WEB**

NEW YORK - Fra cinque anni il New York Times (POTERE) \_\_\_\_\_ sparire dalle edicole. E non importa, perché ormai viviamo nell'era di Internet.

A lanciare la provocazione sull'apocalittico futuro della carta stampata, (PERSEGUIARE) \_\_\_\_\_ ormai dal declino nella circolazione e nella raccolta pubblicitaria, non è un guru dell'universo online, bensì l'erede \_\_\_\_\_ una delle storiche famiglie di editori americani, Arthur Sulzberger Junior. Che finora (PUBBLICARE) \_\_\_\_\_, appunto, il New York Times, sotto il motto "tutte le notizie \_\_\_\_\_ meritano di essere stampate."

Sulzberger, che ha svelato il suo pronostico durante un'intervista al quotidiano israeliano Haaretz, non (DECIDERE) \_\_\_\_\_ però affatto di alzare bandiera bianca. Anzi: il giornalismo di qualità, dice, in futuro (ESSERE) \_\_\_\_\_ sempre più necessario anche sulle pagine web. "Siamo curatori delle notizie", ha affermato "la gente non clicca \_\_\_\_\_ New York Times per leggere blog, vuole notizie accurate alle quali (POTERE) \_\_\_\_\_ credere."

Alle radici della scommessa \_\_\_\_\_ Internet c'è il lungo declino nella diffusione e nei profitti delle edizioni tradizionali.

L'emorragia di copie dai quotidiani (PROSEGUIRE) \_\_\_\_\_ negli ultimi sei mesi, fino allo scorso settembre, con una flessione del 2,8 per cento. Gli stessi siti dei giornali invece prosperano: sempre a settembre i visitatori-lettori on line (AUMENTARE) \_\_\_\_\_ del 22%, arrivando a 58 milioni. Mentre nel 2006 la pubblicità in pagina (SCIVOLARE) \_\_\_\_\_ del 2,6% ad 11,2 miliardi di dollari, quella nelle edizioni on line è salita del 23%, a 638 milioni.

Sulzberger è convinto di essere all'avanguardia nella rivoluzione, perché (RADDOPPIARE) \_\_\_\_\_ il numero dei lettori on line a 1,5 milioni il giorno; il suo New York Times già (FONDERE) \_\_\_\_\_, come altri, le redazioni cartacee ed on line.



Sul sito i giornalisti del New York Times hanno dato vita a blog accreditati. Gli investimenti per innovare l'on-line, ha ammesso l'editore, sono molto inferiori a \_ \_ \_ \_ \_ per la stampa. Passi sufficienti \_ \_ \_ \_ \_ poter affermare senza scomporsi: "non so davvero se io (STAMPARE) \_ \_ \_ \_ \_ ancora il giornale fra tre anni, ma non mi importa, Internet è splendido."

(Liberamente tratto da Marco Valsania, in: "Il Sole 24 Ore - Mondo", 09.02.2007)

**3.5**  **SCELGA TRA LE SOLUZIONI PROPOSTE QUELLA CORRETTA:**

3.5.1 Le *BIOMASSE* sono:

- a) un'unità di misura biologica
- b) una possibile fonte energetica alternativa
- c) un parametro utile da considerare nella costruzione di locali pubblici
- d) un concetto importante in sociologia ed in politica

3.5.2 Come si chiama chi deve pagare le tasse?

- a) utente
- b) tassametro
- c) esattore
- d) contribuente

3.5.3 Lavoro *SOMMERSO* è sinonimo di lavoro:

- a) nero
- b) che si fa sott'acqua
- c) poco conosciuto e poco apprezzato
- d) stagionale

3.5.4 Dopo un incidente in cui non ero colpevole, l'assicurazione mi riconosce:

- a) un ricavo
- b) una riparazione
- c) un indennizzo
- d) un esborso

3.5.5 Che cosa fa un *CONCESSIONARIO* ?

- a) vende concessioni
- b) concede licenze
- c) vende automobili
- d) si occupa di opere religiose



3.5.6 Che cos'è l' *IBAN* ?

- a) il codice del conto corrente
- b) il codice bancario internazionale
- c) il codice del bancomat
- d) l'acronimo della Banca d'Italia

3.5.7 Negli ultimi anni abbiamo ridotto le perdite e:

- a) profittato tanto
- b) approfittato tanto
- c) aumentato i fitti
- d) aumentato i profitti

3.5.8 La Banca Centrale Europea annuncia un rialzo del:

- a) prezzo dei soldi
- b) costo del denaro
- c) valore delle valute
- d) denaro liquido

**3.6**  TROVARE IL TERMINE CORRISPONDENTE ALL'ESPRESSIONE DATA:

*Esempio:*

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

**PREMIO**

3.6.1 Se una banconota non è vera, è:

-----

3.6.2 La materia prima da cui si fanno i carburanti come la benzina, il gasolio, il kerosene, il GPL, etc.:

-----

3.6.3 Il luogo dove si pagano eventuali dazi e dove si controllano i passaporti fra una nazione ed un'altra:

-----

3.6.4 L'area su cui si costruisce, dove possono entrare solo gli addetti ai lavori:

-----





# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

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

© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

## - PARTE SECONDA - COMPrensIONE AUDITIVA -

<input type="checkbox"/> Sig. <input type="checkbox"/> Sig.ra <input type="checkbox"/> Sig.na			
NOME:			
COGNOME:			
Data di nascita:	giorno:	mese:	anno:
Luogo di nascita:		Paese:	
Indirizzo completo: (Domicilio)			
Tel:                    /		E-mail:	
Sede d'esame:			

dicembre 2009

## 4. PROVA DI COMPrensIONE AUDITIVA

*Durata: 60 minuti*

### 4.1 CONVERSAZIONE

ASCOLTERETE UNA BREVE CONVERSAZIONE.

LEGGERETE POI DELLE AFFERMAZIONI.

SENTIRETE LA CONVERSAZIONE UNA SECONDA VOLTA E, PER OGNI AFFERMAZIONE, SCEGLIERETE, FRA LE ALTERNATIVE A DISPOSIZIONE, QUELLA CHE GIUDICATE PIÙ ADATTA ✕



ASCOLTATE ORA LA CONVERSAZIONE UNA PRIMA VOLTA.

**“LAVORARE CON I VIDEOGIOCHI”**



*Giovanni ed il suo insegnante di informatica discutono dei futuri programmi del ragazzo una volta finite le scuole superiori.*





ADESSO LEGGETE LE AFFERMAZIONI.

4.1.1 Giovanni teme di essere considerato:

- a) un genio del computer
- b) un poco di buono
- c) uno che non ha voglia di fare niente
- d) un delinquente

4.1.2 5000 Euro è lo stipendio:

- a) di un programmatore neoassunto
- b) di un programmatore esperto
- c) di un insegnante di informatica
- d) che è possibile raggiungere come programmatori



ASCOLTATE ORA LA CONVERSAZIONE UNA SECONDA VOLTA.



ORA SCEGLIETE, PER OGNI AFFERMAZIONE, L'ALTERNATIVA CHE GIUDICATE PIÙ ADATTA.

## 4.2 INTERVISTA

ASCOLTERETE UN'INTERVISTA.

LEGGERETE POI DELLE AFFERMAZIONI.

SENTIRETE L'INTERVISTA UNA SECONDA VOLTA E, PER OGNI AFFERMAZIONE, SCEGLIERETE, FRA LE ALTERNATIVE A DISPOSIZIONE, QUELLA CHE GIUDICATE PIÙ ADATTA ✕



ASCOLTATE ORA L'INTERVISTA UNA PRIMA VOLTA.

### “QUESTA CITTÀ È UN ALBERGO”

(Liberamente tratto da: "Millionaire", maggio 2007)



*In questa intervista parliamo con Giancarlo Dall'Ara, inventore dell'Albergo diffuso: un vero e proprio albergo con tutti i comfort, ma realizzato all'interno di più case familiari in borghi antichi di grande interesse storico e naturale.*



ADESSO LEGGETE LE AFFERMAZIONI.

4.2.1 L'albergo diffuso è una realtà:

- a) consolidata in Italia
- b) recente in Italia
- c) presente in Europa da almeno un decennio
- d) in declino in Italia

4.2.2 L'albergo diffuso è una struttura dislocata all'interno di:

- a) uno stesso edificio
- b) uno stesso residence
- c) un condominio
- d) un piccolo nucleo urbano



4.2.3 L'albergo diffuso è l'ideale per i viaggiatori che:

- a) amano la privacy
- b) cercano un contatto con la popolazione locale
- c) desiderano l'animazione
- d) cercano un ambiente semplice

4.2.4 Che tipo di marketing è consigliabile per promuovere questa struttura?

- a) tutto basato sulla pubblicità via Internet
- b) sulle relazioni fra cliente e struttura
- c) occorre puntare sui prezzi bassi
- d) lo stesso che si consiglia ai 'bed & breakfast'

4.2.5 Un albergo diffuso con meno di 12 stanze:

- a) non riesce a garantire un margine di guadagno
- b) è molto redditizio
- c) è consigliabile
- d) è troppo caro

4.2.6 Per avviare questa attività:

- a) non è necessario un grande capitale
- b) non bastano 3 milioni di Euro
- c) ci vogliono almeno 3 milioni di Euro
- d) basta molto meno di 3 milioni di Euro



ASCOLTATE ORA L'INTERVISTA UNA SECONDA VOLTA.



ORA SCEGLIETE, PER OGNI AFFERMAZIONE, L'ALTERNATIVA CHE GIUDICATE PIÙ ADATTA.

### 4.3 NOTIZIARIO ECONOMICO

ASCOLTERETE UN NOTIZIARIO ECONOMICO.

LEGGERETE POI LE FRASI.

ASCOLTERETE IL NOTIZIARIO UNA SECONDA VOLTA E INDICHERETE, PER OGNI PARTE, SE LA CORRISPONDENTE FRASE È VERA O FALSA



ASCOLTATE ORA IL NOTIZIARIO ECONOMICO UNA PRIMA VOLTA.



ADESSO LEGGETE LE FRASI.

		Vera	Falsa
4.3.1	Il mondo dell'agricoltura è molto preoccupato dal rischio siccità.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3.2	Il Festival dell'Economia si è tenuto giorni fa a Trento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3.3	In Campania è stato finalmente risolto il problema dei rifiuti.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3.4	Tra le varie rubriche una sarà interamente dedicata alle Marche.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3.5	Alla fine un'intervista con un artista musulmano, Moni Ovadia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



ASCOLTATE ORA IL NOTIZIARIO ECONOMICO UNA SECONDA VOLTA.



ORA INDICATE, PER OGNI PARTE, SE LA CORRISPONDENTE FRASE È VERA O FALSA.

#### 4.4 BRANO DA RIASSUMERE

ASCOLTERETE UN'ALTRA CONVERSAZIONE E NE FARETE UN RIASSUNTO SCRITTO.



ASCOLTATE ORA LA CONVERSAZIONE UNA PRIMA VOLTA.

#### “IL BUSINESS INCREDIBILE DELLA SCARPA ‘FENOMENO’ ”

(Liberamente tratto da: "Millionaire", maggio 2007)



*Abbiamo intervistato Simone Ponziani, amministratore delegato della Artcraft, azienda fiorentina distributrice esclusiva per l'Italia delle famose scarpe 'Crocs'.*



ASCOLTATE ORA LA CONVERSAZIONE UNA SECONDA VOLTA E, CONTEMPORANEAMENTE, PRENDETE NOTA DEI PUNTI PIÙ IMPORTANTI PER IL RIASSUNTO.



AVETE ADESSO 20 MINUTI DI TEMPO PER RIASSUMERE IL BRANO.









# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



**- PARTE TERZA -**

**ESAME INDIVIDUALE ORALE**

**TESTO AD USO  
DELL'ESAMINATORE**

> dicembre 2009

# Varianti A & B



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



**- PARTE TERZA -**

**ESAME INDIVIDUALE ORALE**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

> dicembre 2009

# Variante A

## 5. ESAME INDIVIDUALE ORALE - Variante

*Durata: 20 minuti*

# A

### 5.1 LEGGA A VOCE ALTA IL TESTO SEGUENTE:

*I piani di Google*

#### **QUALE SARÀ LA PROSSIMA MOSSA**

Dall'esplosione del fenomeno Google si ricavano una serie di lezioni. Se non fosse stato per l'angel investor e per il venture capital i due giovani studenti sarebbero falliti, perché nessuna banca o prestito governativo li avrebbe finanziati.

Ma un ottimo motore di ricerca non è sufficiente per avere successo, che è venuto quando è stato individuato un modello di business (AdWord ed AdSense) focalizzato sulla pubblicità, che ha facilitato la penetrazione nel mercato e la creazione di un flusso di ricavi. Google ora sta estendendo la sua offerta in molte direzioni, ma la quasi totalità dei ricavi, e forse tutto il profitto, sono dovuti alla pubblicità.

Non è sorprendente che Google abbia recentemente annunciato di voler favorire la migrazione dei budget pubblicitari dalla televisione tradizionale a quella su Internet. Il nuovo servizio permetterà di inserire spot pubblicitari video all'interno dei siti 'controllati' da Google. A breve sarà probabilmente coinvolto lo stesso sito google.com, così trafficato da produrre il 58% dei 2,25 miliardi di dollari di ricavi nel primo trimestre 2006, e quasi certamente il portale Google Video.

Google ha inoltre avviato la fase di collaudo di un nuovo sistema in base al quale gli inserzionisti pagano solo quando i clienti, che cliccano sulla loro pubblicità, acquistano qualcosa. Con il nuovo sistema, definito CPA (cost per action) gli inserzionisti saranno in grado di scegliere come pagare le inserzioni. Il sistema vecchio e il CPA opereranno in parallelo ed avranno tariffe differenziate.

(Liberamente tratto da: "La Repubblica - Affari e Finanza", 24.07.2006)

### 5.2 DOPO AVERLO RIESAMINATO PER CINQUE MINUTI PROVI A RIASSUMERE BREVEMENTE IL TESTO, CHE ORA RIMANE COPERTO.

## 5.3 CONVERSAZIONE - INTERVISTA

Variante

# A

### INTRODUZIONE ALLA CONVERSAZIONE

- 5.3.1 L'articolo parla del motore di ricerca Google, il più importante di Internet. Qual è il Suo rapporto con Internet?
- 5.3.2 In quali settori il mondo è più cambiato con l'avvento di Internet, secondo Lei? Perché?
- 5.3.3 Internet, la posta elettronica, Skype, tutti questi modi di comunicazione fanno sì che si possa comunicare sempre più velocemente con tutto il mondo. Prima si scriveva una lettera, si comprava il francobollo, si imbucava, poi la lettera partiva, arrivava, c'era il postino ... Oggi fra la scrittura della lettera in formato elettronico e il suo arrivo a destinazione passano pochi secondi. Questa accelerazione porta solo conseguenze positive?
- 5.3.4 La popolazione che vive nel mondo cosiddetto sviluppato è comunque una piccola porzione di tutta la popolazione mondiale. Milioni di persone non solo non hanno un computer, ma spesso neanche l'accesso all'istruzione o all'acqua potabile ... Secondo Lei, la tecnologia può risolvere questi problemi?
- 5.3.5 I due ideatori di Google di cui parla l'articolo sono il prototipo del sogno americano, due giovani che, con un'idea geniale, dal nulla diventano miliardari. Prova anche Lei un pò di invidia?

## 5.4 COMPrensione E Interpretazione

Variante

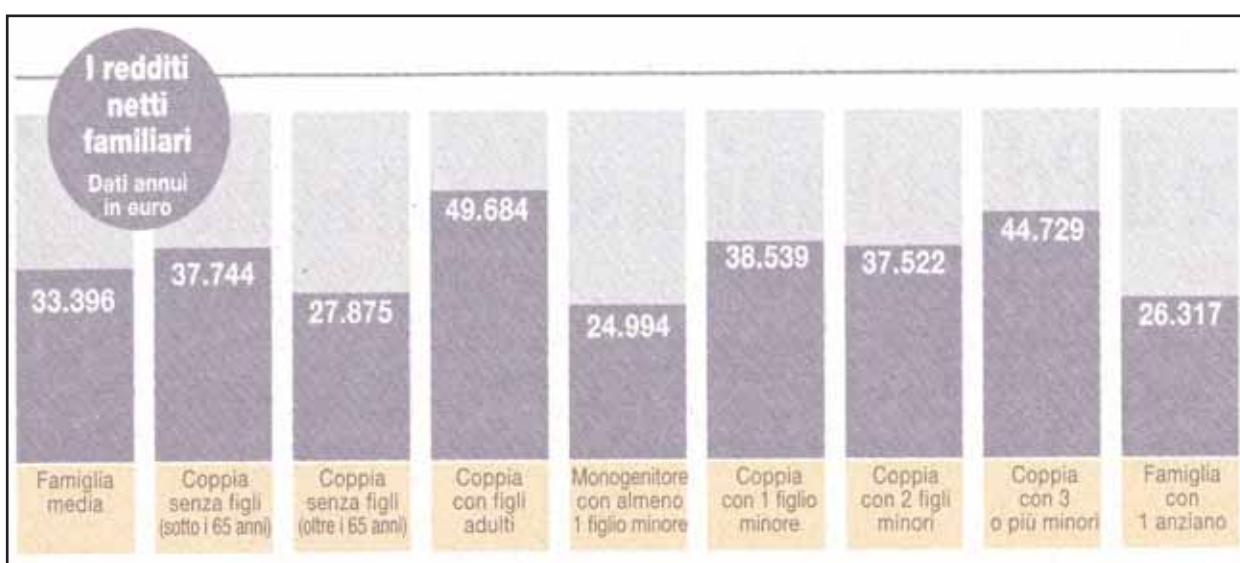
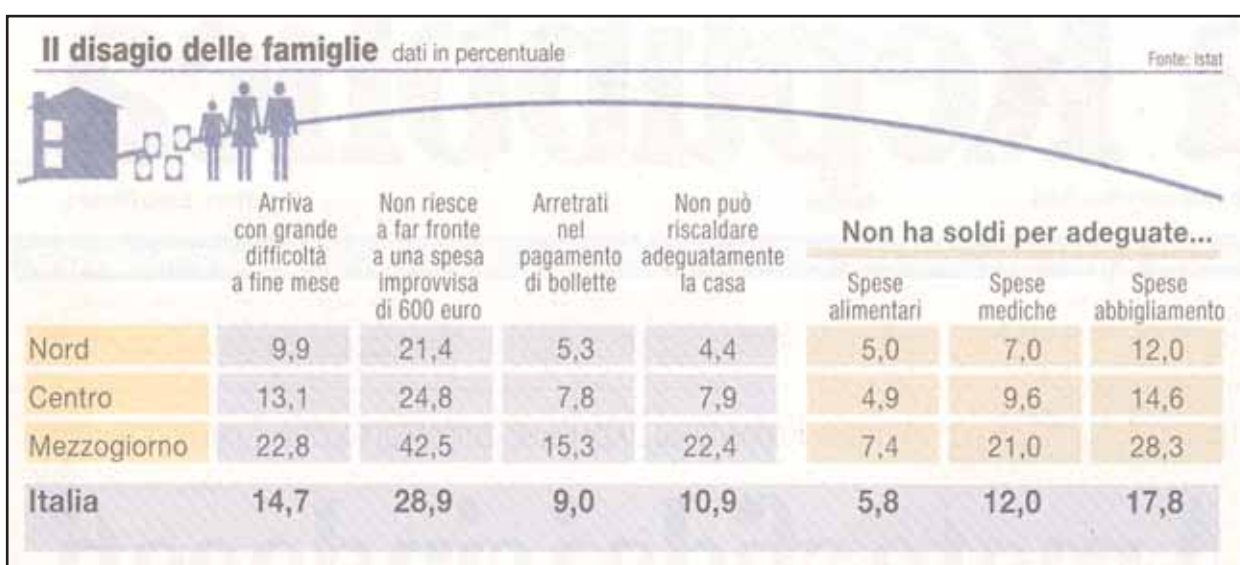
# A

ESAMINI ATTENTAMENTE I GRAFICI PER CIRCA DUE MINUTI, E POI DICA CHE COSA DESCRIVE.

# L'ITALIA TENTA LA RIPRESA MA FAMIGLIE E SUD ARRANCANO

L'Istat: siamo il Paese più vecchio d'Europa

(Fonte: "La Repubblica - Istat", 24.05.2007)





# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



**- PARTE TERZA -**

**ESAME INDIVIDUALE ORALE**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

> dicembre 2009

## Variante B

## 5. ESAME INDIVIDUALE ORALE - Variante

*Durata: 20 minuti*

# B

### 5.1 LEGGA A VOCE ALTA IL TESTO SEGUENTE:

#### **‘SYMBOLA’, UNA FONDAZIONE PER PROMUOVERE LA QUALITÀ**

La fondazione, presieduta da Ermete Realacci, crede nel binomio fra ‘Made in Italy’ e territorio, basato sulla ‘soft economy’: è questo il vero retroterra della creatività italiana per portare su tutti i mercati prodotti che riescono ad affascinare il mondo

*MILANO* - Ha scritto un libro sulla Soft Economy, ha fondato ‘Symbola’. Ed ha ideato una fiera campionaria delle ‘qualità italiane’. Ermete Realacci, presidente onorario di Legambiente e capogruppo della commissione Ambiente della Camera, crede nel binomio tra made in Italy di qualità e territorio. Da sempre si occupa di ambiente, e recentemente ha promosso e presiede Symbola, fondazione per la qualità italiana, rappresentata da centinaia di aziende, da Brioni per la moda, al Gambero Rosso per la gastronomia, alla notissima Bialetti delle macchine da caffè, al Comune di Giffoni, trasformato in un paese albergo, alla Moma di Bergamo, nata dall’incontro tra un imprenditore ed un ricercatore universitario con la passione delle nanotecnologie.

Realacci è sempre più preso dal suo ruolo di promotore del made in Italy della qualità, di quella che lui chiama la ‘soft economy’ che, spiega, si contrappone alla ‘hard economy’ delle aziende che delocalizzano nei Paesi emergenti per inseguire il basso costo della manodopera.

La ‘soft economy’ è fatta di tante storie: da quella di Mandello sul Lario dove si costruiscono gli alberi da vela più competitivi del mondo che gareggiano alla Coppa America, all’avamposto tecnologico della nascente Pisa Valley. “Per mettere insieme mondi diversi, accomunati dall’idea che la missione dell’Italia sia la qualità”, dice.

Sabato scorso a Valle Umbra si è conclusa una due giorni di convegni e dibattiti di Symbola, con un panorama sulla ‘soft economy’ italiana, rappresentata da storie di successo, di talenti grandi e piccoli del made in Italy. “L’Italia ha una missione che è legata alla qualità diffusa e non solo ai prodotti di alta gamma. Oltre a scommettere su innovazione e conoscenza deve giocare sull’intreccio fra città, patrimonio storico-culturale, ambiente naturale, paesaggio, prodotti tipici, buona cucina, coesione sociale, qualità della vita. Sono elementi alla base della creatività italiana per produrre cose che affascinano il mondo.”

(Liberamente tratto da: “La Repubblica - Affari e Finanza”, 24.07.2006)

### 5.2 DOPO AVERLO RIESAMINATO PER CINQUE MINUTI PROVI A RIASSUMERE BREVEMENTE IL TESTO, CHE ORA RIMANE COPERTO.



## 5.3 CONVERSAZIONE - INTERVISTA

Variante

# B



### INTRODUZIONE ALLA CONVERSAZIONE

- 5.3.1 L'articolo parla dell'Italia conosciuta nel mondo.  
Se pensa all'Italia, quali prodotti Le vengono in mente per primi?  
Perché?
- 5.3.2 Facendo un parallelo, quali sono invece i prodotti per cui è conosciuto il Suo Paese?
- 5.3.3 Ha un senso questa divisione di cui parla Realacci, fra 'soft economy', legata alle tradizioni locali, e 'hard economy', quella che invece non guarda alle origini, ai costumi, agli esseri umani, ma solo ai profitti?
- 5.3.4 La 'hard economy' è anche quella che delocalizza, cioè che fa produrre ad esempio in Vietnam le scarpe che si vendono a New York o in Cina i computer che si vendono in Europa.  
Secondo Lei, è un altro modo di sfruttare i Paesi più poveri, o una possibilità di sviluppo per gli stessi Paesi?
- 5.3.5 Secondo Lei l'Italia si può definire un paese moderno?  
Perché?

## 5.4 COMPrensione E Interpretazione

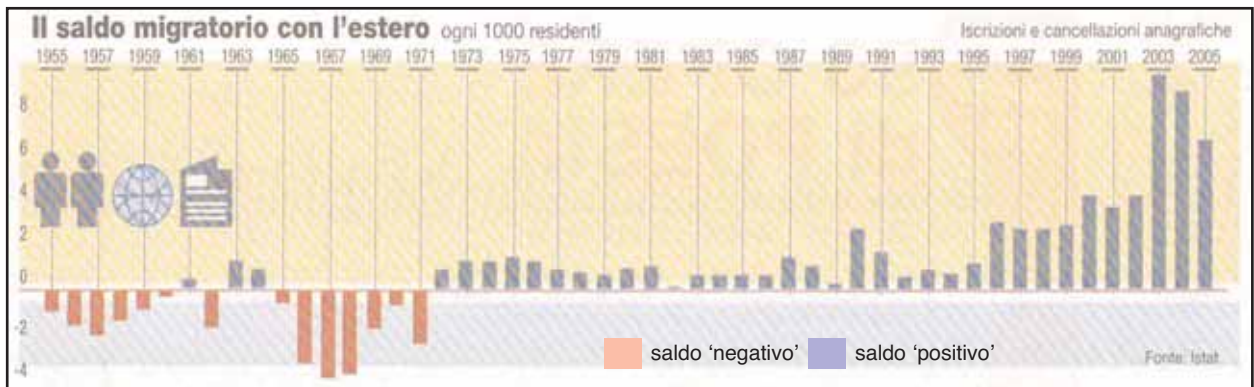
Variante

# B

☞ ESAMINI ATTENTAMENTE I GRAFICI PER CIRCA DUE MINUTI, E POI DICA CHE COSA DESCRIVE.

## TRE MILIONI DI STRANIERI REGOLARI IN ITALIA, COSÌ LA SOCIETÀ CAMBIA VOLTO

(Fonte: "La Repubblica", 24.05.2007)



## ASSEGNI PER FIGLI IN EUROPA 2006

(Fonte: [www.liberasiena.it/wordpress](http://www.liberasiena.it/wordpress) - Confederazione Elvetica)





# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DELL'ESAMINATORE**

> dicembre 2009

# 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. L'argomento su cui vi invito ad una breve conversazione è "Il telefono".

Ricevete entrambi un breve testo su questo tema. 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:**



#### **IN CASA AVANZA IL CELLULARE**

La volontà di contenere i costi derivanti dall'uso del telefono può far decidere di utilizzare solo quello cellulare, e di non attivare presso la propria abitazione nessuna linea telefonica. Come rilevato da una recente indagine condotta da Eurobarometro, si tratta di una soluzione di moda soprattutto tra i giovani single e che sta prendendo piede in tutta Europa, anche se con differenze piuttosto consistenti fra un Paese e l'altro.

Per quanto riguarda l'Italia, sempre secondo i dati diffusi da Eurobarometro, nel 2006 la quota di abitazioni in cui è disponibile almeno una linea telefonica fissa era pari al 55% del totale, con una riduzione di 12 punti rispetto all'anno precedente. Ribaltando il punto di vista, viene fuori che le case in cui si utilizza solo il cellulare, e non c'è il telefono fisso, sono il 38%, in crescita di 13 punti percentuali.

In effetti, rinunciando al telefono fisso si risparmia in un colpo solo il costo del canone mensile dovuto a Telecom Italia o ad un operatore alternativo. E con 14 - 15 Euro al mese si coprono in tutto o in parte le spese aggiuntive derivanti dal fatto di chiamare sempre con il cellulare invece che con il più economico telefono di casa. I più giovani, insomma, sembrano avere le idee chiare a proposito, anche perché magari a casa non attivano la linea per il traffico "voce", ma solo quella per dati, l'ADSL, con cui si possono fare le chiamate utilizzando un 'Voip' come Skype.

Tra l'altro chi fa questa scelta può contare anche su opzioni tariffarie convenienti proposte per esempio da Wind e Vodafone che, in cambio di un contributo mensile, consentono di chiamare i numeri fissi con tariffe ridotte; pare quindi che nuove tecnologie e liberalizzazioni, nel caso della telefonia, consentano davvero quei risparmi e quelle semplificazioni che erano state promesse.

(Liberamente tratto da: "Come risparmiare: Telefoni, Internet, TV" in: supplemento di "Il Sole 24 Ore", 11.06.07)

### **Testo candidato B:**

#### **PER GLI ITALIANI LA COMUNICAZIONE È TROPPO CARA**

Per gli italiani la comunicazione è cara: non si sottrae nessuno, perché i costi elevati investono il mondo della telefonia, dell'informatica e della televisione digitale (abbonamento al satellite o collegamento al digitale terrestre). A rilevarlo è un sondaggio condotto da IPR Marketing per il giornale "Il Sole 24 Ore".

Anche se la netta maggioranza degli italiani ha abbandonato la tariffa a consumo per passare a canoni fissi e flat, il costo della telefonia è considerato ancora molto alto. E chi aveva dato per morta la telefonia fissa si deve invece ricredere perché, al di là dei costi



ritenuti alti e della percezione della inutilità del telefono fisso, solo il 12% delle famiglie ha “staccato la spina”, e questa tendenza è prevalente tra i residenti del Nord, in cui la percentuale dei “disertori” arriva al 15 per cento.



Sebbene la metà degli italiani ritenga che anche i costi per l'accesso ad Internet siano alti, è da notare che l'insoddisfazione riguardo al prezzo è minore rispetto alla percezione dei costi telefonici, sia fissi che mobili.

E se il collegamento Internet da casa è ancora in fase di crescita, il mercato della telefonia mobile sembra essere arrivato alla sua fase di maturazione, visto che oggi il 90% degli italiani possiede un cellulare. La corsa, dunque, sembra essere sul secondo o terzo telefonino, visto che ben quattro italiani su dieci ne possiedono almeno due. Dunque, si spende troppo, forse, ma al cellulare non si rinuncia, anzi.

(Liberamente tratto da: “Il Sole 24 Ore”, 11.06.07)

## SECONDA PARTE: Discussione

(tempo: 10 minuti)



**Esaminatore:** Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi, utilizzando anche le informazioni riportate dagli articoli.

Prego, cominciate pure ...

**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.

Prego, cominciate pure ...

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



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

**Tema:**            **BIGLIETTI PER LA "PRIMA" DI UN'OPERA**

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

Lei è il/la Dottor/essa Verdi, responsabile estero della "Presidential SpA", una grande azienda italiana. Il prossimo fine settimana verranno in visita due alti dirigenti di una azienda americana che sta per diventare un vostro cliente, molto importante. I due dirigenti sono appassionati di opera lirica e Le hanno chiesto, in via informale, se può trovare loro due biglietti per la "Prima" al Teatro Nazionale di sabato sera. È un'impresa disperata, i biglietti per questo tipo di spettacoli di solito sono esauriti già due mesi prima, ma provi ugualmente ... in fondo la sua azienda è uno degli sponsor del Teatro Nazionale e non è un problema di prezzo. Vada a parlare con il responsabile delle Pubbliche Relazioni del Teatro Nazionale ed insista affinché faccia il possibile per accontentarla.







**Ruolo del candidato B:**

Lei è il/la responsabile delle pubbliche relazioni del Teatro Nazionale. La sua segretaria le annuncia che c'è in sala d'attesa per lei il/la Dottor/essa Verdi. Può già immaginare che cosa vuole: chiederà dei biglietti omaggio per la "Prima" di questo sabato. Tutti sanno che i biglietti sono esauriti da più di un mese, quindi è una richiesta assurda, anche se qualche volta, all'ultimo momento, qualcuna delle autorità invitate non si presenta, e alcune poltrone restano vuote ... e poi l'azienda del Dott. Verdi è uno sponsor importante, e può diventare ancora più importante.

Cerchi quindi di calmarlo/la e di prendere tempo, inventandosi qualche possibilità.



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

> dicembre 2009

# Candidato A

## 5. ESAME ORALE A COPPIA

*Durata: 30 minuti*

Candidati  
**A/B**

### PRIMA PARTE - Presentazione

*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.



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

Candidato

A

## IN CASA AVANZA IL CELLULARE

La volontà di contenere i costi derivanti dall'uso del telefono può far decidere di utilizzare solo quello cellulare, e di non attivare presso la propria abitazione nessuna linea telefonica. Come rilevato da una recente indagine condotta da Eurobarometro, si tratta di una soluzione di moda soprattutto tra i giovani single e che sta prendendo piede in tutta Europa, anche se con differenze piuttosto consistenti fra un Paese e l'altro.

Per quanto riguarda l'Italia, sempre secondo i dati diffusi da Eurobarometro, nel 2006 la quota di abitazioni in cui è disponibile almeno una linea telefonica fissa era pari al 55% del totale, con una riduzione di 12 punti rispetto all'anno precedente. Ribaltando il punto di vista, viene fuori che le case in cui si utilizza solo il cellulare, e non c'è il telefono fisso, sono il 38%, in crescita di 13 punti percentuali.

In effetti, rinunciando al telefono fisso si risparmia in un colpo solo il costo del canone mensile dovuto a Telecom Italia o ad un operatore alternativo. E con 14 - 15 Euro al mese si coprono in tutto o in parte le spese aggiuntive derivanti dal fatto di chiamare sempre con il cellulare invece che con il più economico telefono di casa. I più giovani, insomma, sembrano avere le idee chiare a proposito, anche perché magari a casa non attivano la linea per il traffico "voce", ma solo quella per dati, l'ADSL, con cui si possono fare le chiamate utilizzando un 'Voip' come Skype.

Tra l'altro chi fa questa scelta può contare anche su opzioni tariffarie convenienti proposte per esempio da Wind e Vodafone che, in cambio di un contributo mensile, consentono di chiamare i numeri fissi con tariffe ridotte; pare quindi che nuove tecnologie e liberalizzazioni, nel caso della telefonia, consentano davvero quei risparmi e quelle semplificazioni che erano state promesse.

(Liberamente tratto da: "Come risparmiare: Telefoni, Internet, TV" in: supplemento di "Il Sole 24 Ore", 11.06.07)

## SECONDA PARTE - Discussione

SCAMBIARSI LE IDEE SU:  
**“IL TELEFONO”**

Candidati  
**A/B**

Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi, utilizzando anche le informazioni riportate dagli articoli.

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

*(tempo: 10 minuti)*

Candidati  
**A/B**

**BIGLIETTI PER LA “PRIMA” DI UN’OPERA**

Lei è il/la Dottor/essa Verdi, responsabile estero della “Presidential SpA”, una grande azienda italiana.

Il prossimo fine settimana verranno in visita due alti dirigenti di una azienda americana che sta per diventare un vostro cliente, molto importante. I due dirigenti sono appassionati di opera lirica e Le hanno chiesto, in via informale, se può trovare loro due biglietti per la “Prima” al Teatro Nazionale di sabato sera.

È un’impresa disperata, i biglietti per questo tipo di spettacoli di solito sono esauriti già due mesi prima, ma provi ugualmente ... in fondo la sua azienda è uno degli sponsor del Teatro Nazionale e non è un problema di prezzo. Vada a parlare con il responsabile delle Pubbliche Relazioni del Teatro Nazionale ed insista affinché faccia il possibile per accontentarla.



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze



- PARTE TERZA -

**ESAME ORALE • PROVA A COPPIA**

**TESTO AD USO  
DEL CANDIDATO**

> dicembre 2009

# Candidato B

## 5. ESAME ORALE A COPPIA

*Durata: 30 minuti*

Candidati  
**A/B**

### PRIMA PARTE - Presentazione

*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.





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

Candidato

**B**

## **PER GLI ITALIANI LA COMUNICAZIONE È TROPPO CARA**

Per gli italiani la comunicazione è cara: non si sottrae nessuno, perché i costi elevati investono il mondo della telefonia, dell'informatica e della televisione digitale (abbonamento al satellite o collegamento al digitale terrestre). A rilevarlo è un sondaggio condotto da IPR Marketing per il giornale "Il Sole 24 Ore".

Anche se la netta maggioranza degli italiani ha abbandonato la tariffa a consumo per passare a canoni fissi e flat, il costo della telefonia è considerato ancora molto alto. E chi aveva dato per morta la telefonia fissa si deve invece ricredere perché, al di là dei costi ritenuti alti e della percezione della inutilità del telefono fisso, solo il 12% delle famiglie ha "staccato la spina", e questa tendenza è prevalente tra i residenti del Nord, in cui la percentuale dei "disertori" arriva al 15 per cento.

Sebbene la metà degli italiani ritenga che anche i costi per l'accesso ad Internet siano alti, è da notare che l'insoddisfazione riguardo al prezzo è minore rispetto alla percezione dei costi telefonici, sia fissi che mobili.

E se il collegamento Internet da casa è ancora in fase di crescita, il mercato della telefonia mobile sembra essere arrivato alla sua fase di maturazione, visto che oggi il 90% degli italiani possiede un cellulare. La corsa, dunque, sembra essere sul secondo o terzo telefonino, visto che ben quattro italiani su dieci ne possiedono almeno due. Dunque, si spende troppo, forse, ma al cellulare non si rinuncia, anzi.

(Liberamente tratto da: "Il Sole 24 Ore", 11.06.07)

## SECONDA PARTE - Discussione

SCAMBIARSI LE IDEE SU:  
**“IL TELEFONO”**

Candidati  
**A/B**

Dopo aver ascoltato il riassunto del collega, discutete fra voi dell'argomento di cui parlano i testi, utilizzando anche le informazioni riportate dagli articoli.

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

*(tempo: 10 minuti)*

Candidati  
**A/B**

**BIGLIETTI PER LA “PRIMA” DI UN’OPERA**

Lei è il/la responsabile delle pubbliche relazioni del Teatro Nazionale. La sua segretaria le annuncia che c’è in sala d’attesa per lei il/la Dottor/essa Verdi.

Può già immaginare che cosa vuole: chiederà dei biglietti omaggio per la “Prima” di questo sabato. Tutti sanno che i biglietti sono esauriti da più di un mese, quindi è una richiesta assurda, anche se qualche volta, all’ultimo momento, qualcuna delle autorità invitate non si presenta, e alcune poltrone restano vuote ... e poi l’azienda del Dott. Verdi è uno sponsor importante, e può diventare ancora più importante.

Cerchi quindi di calmarlo/la e di prendere tempo, inventandosi qualche possibilità.



# DIPLOMA DI LINGUA ITALIANA COMMERCIALE «FIRENZE»

• LIVELLO C1 •

**DALC-C1 • 62.27**

> Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue (QCE): livello C1 <  
© Copyright 2007 by Accademia Italiana di Lingua (AIL)®, Firenze

## SOLUZIONI

**1. PROVA DI COMPrensIONE SCRITTA (8 items)****1.1 Brano con domande a scelta multipla (4 items)**

**“Alla JAL il taglio della paga”**

1) = b    2) = c    3) = b    4) = c

**1.2 Brano con domande a scelta multipla (4 items)**

**“Accrescere la responsabilità collettiva nell’uso della risorsa idrica”**

1) = a    2) = c    3) = b    4) = d

**2. PROVA DI ESPRESSIONE SCRITTA (48 items)****2.1 Sintesi (12 items)**

**“Uffizi in cerca di sponsor USA”**

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

concetti da riportare:

c’è una associazione amici degli Uffizi (non il museo stesso) / questa associazione fa un giro (roadshow) negli USA / per raccogliere fondi per gli Uffizi / questa associazione ha già un buon budget annuale / è la prima volta che un’associazione del genere diventa internazionale, o comunque va all’estero

punti minori: negli USA queste associazioni non pagano tasse / in Italia ancora le pagano / è la presidente che fa tutte queste affermazioni / negli USA vanno in tre / partono dalla Florida / sembra che avranno successo / spesso mancano mezzi economici a musei come gli Uffizi / questa associazione è ed è stata molto importante per gli Uffizi.

**2.2 Lettera-Fax-Email (24 items)**

**“Reclamo a impresa di costruzioni”**

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

Punti da elencare:

1. ritardo nella consegna
2. problema aria condizionata
3. problema computer
4. non è arrivato l’elettricista
5. non è un servizio chiavi in mano come promesso
6. finché non funzionerà tutto, non sarà effettuato il pagamento

**2.3 Composizione (12 items)**

**“Beneficenza”**

**“Industrie più importanti”**

**“Lavoro dipendente e lavoro in proprio”**

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

**3. PROVA DI LESSICO (48 items)****3.1 Inserire i termini mancanti (6 items)*****“Cento marche regine degli spot”***

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| 1.) spesa                | 4.) aziende / imprese / società / ditte |
| 2.) posti                | 5.) gruppi                              |
| 3.) confronto / paragone | 6.) investimento                        |

**3.2 Inserire i termini mancanti tra gli elencati (8 items)*****“Sai il medium del futuro? Passaparola!”***

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| 1.) siti       | 5.) credibilità |
| 2.) analisi    | 6.) anomala     |
| 3.) mezzo      | 7.) articoli    |
| 4.) sviluppati | 8.) televisivo  |

**3.3 Frasi da completare con le locuzioni a scelta multipla (4 items)**

- 1) = d    2) = a    3) = b    4) = c

**3.4 Coniugare i verbi all'infinito ed inserire le parole mancanti (18 items)*****“New York Times: tra 5 anni solo sul web”***

- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1.) potrebbe / potrà                          | 10.) su             |
| 2.) perseguitata                              | 11.) è proseguita   |
| 3.) di  | 12.) sono aumentati |
| 4.) pubblica / sta pubblicando/ ha pubblicato | 13.) è scivolata    |
| 5.) che                                       | 14.) ha raddoppiato |
| 6.) ha deciso                                 | 15.) ha fuso        |
| 7.) sarà                                      | 16.) quelli         |
| 8.) sul                                       | 17.) per            |
| 9.) possa / potere                            | 18.) stamperò       |

**3.5 Scegliere tra le soluzioni proposte a scelta multipla (8 items)**

- 1) = b    2) = d    3) = a    4) = c    5) = c    6) = b    7) = d    8) = b

**3.6 Trovare il termine corrispondente (4 items)**

- 1.) falsa
- 2.) petrolio / greggio
- 3.) dogana
- 4.) cantiere

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

## 4.1 Conversazione con domande a scelta multipla (2 items)

**“Lavorare con i videogiochi”**

1) = c    2) = d

## 4.2 Intervista con domande a scelta multipla (6 items)

**“Questa città è un albergo”**

1) = b    2) = d    3) = b    4) = b    5) = a    6) = c

## 4.3 Notiziario economico con domande da verificare “vero/falso” (5 items)

**“Le alterne condizioni del tempo per rischio di siccità ...”**

1) = V    2) = F    3) = F    4) = V    5) = F

## 4.4 Brano da riassumere (12 items)

**“Il business incredibile della scarpa ‘fenomeno’ ”**

attinenza: 6 items / correttezza: 3 items / espressione: 3 items

Attinenza: Elementi fondamentali da riportare nella sintesi:

**5a. ESAME INDIVIDUALE ORALE (25 items)**

## 5a.1 Lettura del testo (5 items)

**Variante A: “Quale sarà la prossima mossa”****Variante B: “ ‘Symbola’, una fondazione per promuovere la qualità”**

## 5a.2 Riassunto del testo che rimane coperto (5 items)

## 5a.3 Conversazione - intervista (10 items):

*5 domande*

## 5a.4 Comprensione e interpretazione - grafico da descrivere (5 items)

**Variante A: “L’Italia e la spesa familiare”****Variante B: “Tre milioni di stranieri in Italia” / “Assegni per figli in Europa 2006”**

**5b. ESAME ORALE A COPPIA** (25 items)

5b.1 Prima parte: Presentazione e riassunto di un brano letto (6 items)

pertinenza: 2 items / correttezza: 2 items / espressione: 2 items

5b.2 Seconda parte: Discussione su un tema comune (6 items)

pertinenza: 2 items / correttezza: 2 items / espressione: 2 items

***“Il telefono”***

5b.3 Terza parte: Svolgimento di un compito comune (6 items)

pertinenza: 2 items / correttezza: 2 items / espressione: 2 items

Simulazione dei ruoli:

***“Biglietti per la ‘Prima’ di un’Opera”***

5b.4 Pronuncia e intonazione (2 items)