

	BGF NYTK	C1	Comprensione scritta	
	Lingua italiana – Affari		60 minuti	20 punti
	Modello			

**TUTTE LE RISPOSTE DEVONO ESSERE SCRITTE SUL
FOGLIO DELLE RISPOSTE.**

Leggere attentamente i testi seguenti e poi fare i compiti elencati.

Testo 1

Il nuovo marchio „Prodotto in Italia, garanzia di eccellenza”

Un nuovo disciplinare per l'uso del marchio Ceramic Tiles of Italy, per tutelare le produzioni di piastrelle di ceramica realizzate nelle fabbriche italiane. Ma anche una risposta alta alle difficoltà del momento, facendo leva su una delle peculiarità più apprezzate da parte dei consumatori di tutto il mondo.

Questo è uno degli aspetti salienti dell'incontro che il Presidente di Confindustria Ceramica Alfonso Panzani ha tenuto con gli operatori dell'informazione.

Il marchio Ceramic Tiles of Italy, creato agli inizi degli anni '70 da Assopiastrelle per le iniziative promozionali istituzionali e delle aziende associate, è stato adeguato dal Consiglio Direttivo dell'Associazione ad una nuova realtà che vede nel commercio internazionale dei prodotti, e nella dichiarazione d'origine degli stessi un elemento centrale. Il percorso di ammodernamento è iniziato con la delibera del 29 gennaio 2008 nella quale il Consiglio Direttivo ha approvato la „Raccomandazione”, un impegno volontario da parte delle aziende a definire l'origine della merce messa in commercio, nella logica della trasparenza dell'azione commerciale e della consapevolezza nelle scelte del consumatore. Il passaggio successivo è avvenuto nel Consiglio Direttivo del 4 ottobre scorso dove si è approvato il Regolamento Attuativo, che prevedeva l'entrata in vigore delle nuove norme nel 2009.

„Siamo in presenza di un passo storico per le imprese italiane della ceramica” ha dichiarato Alfonso Panzani „perché per la prima volta un settore industriale decide di delimitare con un marchio di origine le sole produzioni effettivamente realizzate in Italia. Questa scelta ha un valore strategico: tutelare il vero Made in Italy - quello nato dalle maestranze e dalle fabbriche italiane -, che è un valore importante e particolarmente apprezzato da parte dei consumatori di tutto il mondo”.

Oltre che per la qualità della manifattura e per il design di alto profilo, il made in Italy è anche, e soprattutto, un sistema di valori sottostanti, quali la tutela e la salvaguardia della salubrità nei posti di lavoro, la completa eliminazione di ogni materiale tossico, la costante attenzione al tema dello sviluppo sostenibile, sia in termini di prodotto che di manifattura.

Altro elemento di novità è che la decisione di Confindustria Ceramica ha coperto, su base volontaria, una lacuna dell'Unione Europea che, come noto, non riesce a normare l'origine della merce messa in commercio, a differenza di quanto avviene in molti altri paesi del mondo. Questo si affianca all'azione dell'Associazione – coronata da successo nei comitati tecnici Iso e Cen – finalizzata a far sì che il marchio venga apposta anche sul prodotto e sulla scatola.

I. ¹⁻⁵ Accoppiare le due parti delle frasi, secondo il loro senso. (Attenzione! Nella seconda colonna ci sono tre possibilità in più.)

- | | |
|--|---|
| <p>1. La nuova normativa è nata...</p> <p>2. Le aziende si sono impegnate volontariamente...</p> <p>3. Soltanto quelle ceramiche saranno protette dal marchio di origine...</p> <p>4. Oltre al design e l'alta qualità, i veri prodotti Made in Italy...</p> <p>5. Grazie all'approvazione dei comitati Iso e Cen...</p> | <p>a) ...che sono state realmente prodotte in Italia.</p> <p>b) ...il marchio sarà evidenziato sia sulla merce che sull'involucro.</p> <p>c) ...per ammodernare l'industria ceramica italiana.</p> <p>d) ...per proteggere la produzione italiana e soddisfare le esigenze del consumatore.</p> <p>e) ...nell'interesse di promuovere la causa della „Raccomandazione“.</p> <p>f) ...volendo acconsentire alle richieste dell'UE.</p> <p>g) ...significano anche la tutela dei lavoratori e dell'ambiente.</p> <p>h) ...si affiancano all'azione dell'Associazione.</p> |
|--|---|

II. ⁶⁻¹⁰ Che cosa significa nel testo? Scegliere fra le opzioni sottoelencate.

- | | |
|--|--|
| <p>6. „facendo leva (su)“</p> <p>a) sollevando</p> <p>c) agendo (su)</p> <p>7. „delibera“</p> <p>a) disposizione</p> <p>c) aggiudicazione</p> <p>8. „maestranze“</p> <p>a) manovali</p> <p>c) artigiani</p> <p>9. „normare l'origine della merce“</p> <p>a) definire</p> <p>c) far rientrare nella normalità</p> <p>10. „ha coperto una lacuna“</p> <p>a) ha rilevato un difetto</p> <p>c) ha riparato un errore</p> | <p>b) accentuando</p> <p>d) richiamando l'attenzione (su)</p> <p>b) provvedimento</p> <p>d) decisione</p> <p>b) operai</p> <p>d) la mano d'opera</p> <p>b) normalizzare</p> <p>d) determinare</p> <p>b) ha colmato un vuoto</p> <p>d) ha svelato una carenza</p> |
|--|--|

Testo 2

Due aziende su tre licenziano per far fronte alla crisi

- 1 Due imprese su tre hanno deciso di ridurre il personale per far fronte alla crisi. Sta tutta in questo dato che emerge dal rapporto „Opportunità nelle avversità“ del colosso della consulenza Ernst & Young, la misura dell'emergenza occupazionale che sta delineando la seconda fase della crisi, quella che colpisce l'economia reale.
- 2 Fare cassa è diventata la priorità per le aziende di tutto il mondo. E, con le banche che hanno chiuso i rubinetti del credito, l'unica strada possibile è la riduzione dei costi. L'80% delle 350 aziende globali intervistate dall'indagine di Ernst & Young ha già fatto un'analisi per favorire i risparmi, il 66%, come detto, ha avviato un piano di riduzione del personale mentre circa la metà ha scelto di razionalizzare la spesa nell'information technology.
- 3 „In questa fase in tutto il mondo le aziende si stanno focalizzando sul proprio core business, andando a ripensare alle attività di supporto alla vendita e alla gestione“ – spiega

Pellegrino Libroia, Country Managing Partner di Ernst & Young. Ma non solo. „L'impressione è che la crisi, in questa fase, sia per tutte le aziende un'opportunità per creare produttività eliminando quelle inefficienze oggi non più sostenibili. Questo approccio è seguito sia dalle aziende sulle quali la crisi ha impattato maggiormente che su quelle invece solo marginalmente colpite”.

- 4 Tra chi ha annunciato tagli in questi mesi non c'è solo chi è in crisi, ma anche aziende sane, che fanno utili. Non c'è il rischio di innescare un circolo vizioso? Se sempre più gente resta senza lavoro è difficile che i consumi possano ripartire. „Secondo i risultati emersi dalla ricerca, per le aziende più colpite dalla crisi, l'obiettivo prioritario per il 2009 è salvaguardare le proprie attività, i propri ricavi, i propri talenti e quindi la propria esistenza” – afferma Donato Iacovone, presidente di Ernst & Young Financial Business Advisors. „La ricerca peraltro evidenzia come alcune di queste aziende si stiano comunque preoccupando di investire per essere pronte nel momento della ripartenza del mercato.
- 5 La stretta creditizia ha ridotto la liquidità nelle casse delle aziende che hanno sempre più difficoltà a pagare i fornitori. Il 60% degli intervistati ha constatato un peggioramento dell'affidabilità creditizia della propria clientela. Con un allungamento medio dei tempi che intercorrono tra ordine e incasso. Il colosso delle assicurazioni sul credito Euler Hermes ha stimato che, solo in Europa, saranno 200 mila le aziende a dichiararsi insolventi nel 2009. Negli Stati Uniti le aziende che finiranno in bancarotta passeranno dalle 42 mila del 2008 alle 62 mila del 2009.
- 6 „È una crisi di fiducia quella che stiamo attraversando – spiega Pellegrino Libroia – le aziende hanno ridotto pesantemente gli investimenti. Ma questa fase, secondo quanto emerge dalla ricerca, è destinata a interrompersi: passata la fase dell'immobilismo e quindi della non reazione a quanto sta accadendo, le aziende provvederanno a rilanciare piani di crescita e di riqualificazione degli investimenti. L'attenzione ai costi può essere la chiave della sopravvivenza nel breve. Ma nel medio e lungo termine torneranno ad essere protagonisti gli investimenti.

di Andrea Franceschi, Il Sole 24 Ore

III. ¹¹⁻¹⁶ **Indicare i paragrafi del testo letto corrispondenti ai seguenti titoli. Ce ne è uno in più!**

- | | |
|------------------|--|
| 11. | a) La parola d'ordine è: ridurre i costi |
| 12. | b) Il principale obiettivo delle aziende colpite dalla crisi è quello di sopravvivere |
| 13. | c) Il segno più evidente della crisi nell'economia reale è il taglio al personale |
| 14. | d) Nel lungo periodo le aziende riprenderanno a investire |
| 15. | e) La crisi è anche un'opportunità per aumentare la produttività |
| 16. | f) Meno crediti, pagamenti ritardati: nel 2009 aumenterà ancora il numero dei fallimenti sia in Europa che negli Usa |
| | g) Il bilancio e il saldo dei conti sono determinanti |

IV. ¹⁷⁻²⁰ **Trovare nel testo le espressioni corrispondenti a quelle sottoelencate.**

- 17.** operazioni di sostegno
- 18.** sopprimere tutto quello che non rende abbastanza
- 19.** scopo avente la precedenza
- 20.** dopo il periodo in cui non abbiamo reagito

CHIAVE	FIGYELEM! ➔	Kérjük, ide ragasszon egy ÍRÁSBELI azonosító kódot! Hiánya esetén dolgozata érvénytelen.
---------------	-----------------------	--

	BGF NYTK	C1	Comprensione scritta		
	Lingua italiana – Affari		60 minuti	20 punti	
	Modello				
Correttore No.1:	Correttore No.2:	Punti: <input style="width: 80px; height: 30px;" type="text"/>			

Testo 1	
1.	d
2.	e
3.	a
4.	g
5.	b
6.	c
7.	d
8.	c
9.	a
10.	b
Testo 2	
11.	c
12.	a
13.	e
14.	b
15.	f
16.	d
17.	attività di supporto
18.	eliminare le /quelle incertezze
19.	obiettivo preliminare
20.	passata la fase dell'immobilismo/della non reazione