

	BGE NYVK	B2	Comprensione scritta	
	Lingua italiana – Affari			

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

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

Testo 1

Perché è così complicato creare posti di lavoro?

Ridare fiducia a imprese e a famiglie è la strada da percorrere

- 1 La disoccupazione: una parola che fa paura. In tutta l'Europa il tasso di disoccupazione è aumentato paurosamente ed è ai massimi storici. L'Eurostat ha appena comunicato gli ultimi dati: nell'Eurozona il tasso di disoccupazione ad agosto era dell'11,4%. In Italia, attualmente, ci sono circa 2,7 milioni di disoccupati: una famiglia su dieci conta un disoccupato tra i propri componenti.

Lo scopo ultimo di un sistema economico sarebbe – prima di tutto – quello di dare lavoro a chi ha braccia, cervello e voglia di lavorare. Un lavoro non è solo fonte di reddito; è anche, e soprattutto, un fatto di dignità, di autonomia, di sentirsi utili.

- 2 Un po' di disoccupazione è normale. Studiando attentamente il mercato del lavoro ci sarà sempre un certo numero di persone che stanno passando da un posto di lavoro ad un altro: hanno lasciato quello precedente e stanno per iniziare un'altra occupazione, di solito questo tasso è del 2%.
- 3 Ai nostri giorni il tasso di disoccupazione italiano è del 10,7%, un dato assai preoccupante. Inoltre bisogna contare anche le persone cosiddette „disoccupati scoraggiati”: coloro che tempo fa cercavano lavoro ma, non avendolo trovato, si sono rassegnati e pur volendo lavorare, non cercano più un'occupazione.
- 4 Quando l'economia va male la disoccupazione aumenta per tre ragioni. Ci sono coloro che perdono il posto di lavoro perché le imprese licenziano o non rinnovano il contratto. Poi ci sono coloro che hanno finito la scuola e vorrebbero trovare lavoro: lo cercano ma non lo trovano. Infine ci sono i disoccupati incoraggiati: pensiamo per esempio a un capofamiglia che ha perso o rischia di perdere il posto di lavoro. Il coniuge che stava a casa – faceva la casalinga e quindi era fuori dalla forza-lavoro – decide di cercare lavoro per sostenere il bilancio familiare.
- 5 Come ridurre la disoccupazione? Purtroppo non c'è una ricetta magica. Il modo giusto per creare lavoro sarebbe quello di ridare fiducia a imprese e a famiglie, togliere tutti gli ostacoli a intraprendere l'attività lavorativa, mettere la pubblica amministrazione al servizio del cittadino e non al servizio di sé stessa. E, se tutto questo non funziona, non c'è che da sperare che fuori d'Italia il resto del mondo riprenda a crescere e trascini con sé anche l'Italia.

I. | **Trovare un titolo ad ogni paragrafo. Attenzione! Ci sono due titoli in più.**
1-5

1. par. 1:
2. par. 2:
3. par. 3:
4. par. 4:
5. par. 5:

- A) Non esistono soluzioni globali per risolvere i problemi delle imprese e famiglie.
- B) La situazione dei disoccupati italiani è migliore di quella degli altri paesi europei.
- C) I dati recenti sono preoccupanti.
- D) I giovani, non trovando un impiego, vanno a lavorare all'estero.
- E) Qualche percentuale di disoccupazione viene considerato accettabile.
- F) Ci sono tre motivi principali della disoccupazione
- G) Bisogna prendere in considerazione anche coloro che non sono più in cerca di lavoro.

II. | **Decidere se le affermazioni sono vere (V) o false (F).**
6-10

6. Non solo in Italia, ma in tutta l'Europa sta diminuendo la paura di rimanere disoccupati.
7. L'Istituto statistico dei Paesi dell'euro recentemente ha pubblicato dei dati che non segnalano alcun miglioramento.
8. Bisogna lavorare non solo per guadagnare, ma anche per sentirsi indipendenti, creare qualcosa di utile ed importante.
9. Tra i disoccupati, in generale, troviamo anche delle persone che – tra un impiego e l'altro – passano qualche tempo in cerca di lavoro.
10. Il tasso di disoccupazione italiano attuale può essere ritenuto normale.

Testo 2

Gucci, Prada e Ferrari valgono 17 miliardi

L'Italia dei grandi brand sopravvive nelle classifiche internazionali grazie ad alcune aziende del lusso i cui marchi valgono, insieme, oltre 17 miliardi di dollari (circa 13,15 miliardi di euro). Da un lato c'è la moda, quindi Gucci e Prada, e dall'altro il Cavallino rampante, cioè Ferrari. È quanto emerge dalla classifica dell'Interbrand dei 100 marchi di maggior importanza economica al mondo. Una classifica dominata, più in generale, da un „evergreen” come Coca Cola, che si conferma al primo posto con un valore del brand di quasi 78 miliardi di dollari (+8% rispetto al 2011) e con l'immane Apple al secondo gradino con oltre 76 miliardi e mezzo (+129%). Medaglia di bronzo, invece, per IBM che vale 75,5 miliardi (+8%)

La prima italiana è Gucci, nella classifica sta al 38esimo posto e vale quasi 9 milioni e mezzo di dollari. Precede aziende come Volkswagen (39esimo posto) o il Gruppo Sony. Gucci, inoltre, viene prima di un altro giovane e potente marchio: Facebook che si classifica al 69esimo posto con un brand da 5,4 miliardi.

Tra i marchi della moda e del lusso nella classifica Interbrand il primo è Louis Vuitton (17esimo posto), seguito dal colosso svedese della moda H&M (23esimo posto).

Per l'Italia il 2012 è l'anno di cambiamenti importanti nel settore della moda: Armani non si posiziona più tra i 100 marchi più potenti come era un anno fa; arriva, invece Prada che sta all'84esimo posto (4,27 miliardi di dollari): ha chiuso il primo semestre con un fatturato di oltre 1 miliardo e mezzo di euro, in crescita del 36% sullo stesso periodo del 2011.

Prada è un'azienda che ha dei tassi di crescita notevoli, forse il suo unico punto debole è la concentrazione sul mercato cinese, che rimane tuttavia uno di quelli con le potenzialità maggiori.

Le piccole e medie imprese italiane non si posizionano in tali classifiche perché sono „allergiche” al mercato dei capitali e, purtroppo, non sempre sono trasparenti, non sanno fare sistema. Mentre l'Italia eccelle nel comparto della moda e del lusso, in questa fase storica non è presente nel settore hi-tech, dominato dalle case americane e asiatiche, il che significa essersi perclusa da una fetta strategica del mercato. La Ferrari si posiziona al 99esimo posto della classifica (3,77 miliardi di dollari) è una sorta di „miracolo”, visti i competitori che tutti sono colossi. Tuttavia le macchine Ferrari sono simbolo della „qualità esclusiva, testimoni di una storia di successo”.

Il Sole24ore

III. | **Rispondere brevemente (in 3-5 parole) alle seguenti domande.**
11-20

11. A che cosa si riferisce la classifica dell'Interbrand?
12. Quali aziende sono le prime tre classificate?
13. Quale di queste tre prime ha avuto la maggior crescita in percentuale nel 2011?
14. Gucci ha una posizione favorevole, risulta migliore di quali importanti brand?
15. Gucci è il miglior marchio tra i brand di moda nella classifica?
16. Prada è un'azienda di moda emergente: qual è la tendenza dell'andamento dei suoi affari?
17. Nell'attività della Prada qual è il punto che potrebbe essere motivo di preoccupazione?
18. Per quali motivi non sono classificate le piccole e medie imprese tra i top 100?
19. Qual è il settore importante in cui non sono affatto presenti aziende italiane?
20. Perché la Ferrari riesce a tenere il suo posto tra le migliori?

Testo 1	
1.	C
2.	E
3.	G
4.	F
5.	A
6.	F
7.	V
8.	V
9.	V
10.	F
Testo 2	
11.	Ai 100 marchi più importanti/maggiori al mondo.
12.	Coca-Cola, Apple, IBM
13.	Apple è cresciuto/a del 129%.
14.	Gucci precede la Volkswagen, Sony o Facebook.
15.	No, il migliore è Luis Vuitton.
16.	Ha avuto una crescita del 36%.
17.	La concentrazione sul mercato cinese.
18.	Non sono trasparenti/ non sanno fare sistema/ sono troppo piccole.
19.	Il settore del hi-tech./ Settore di alta tecnologia.
20.	Per l'alta qualità/per la qualità esclusiva.