



Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen

Herausgegeben von
José Vera Morales und Martin M. Weigert

Bisher erschienene Werke:

Arabisch

Waldmann, Wirtschaftswörterbuch
Arabisch-Deutsch · Deutsch-Arabisch

Chinesisch

Kuhn · Ning · Hongxia Shi, Markt
China. Grundwissen zur erfolgreichen
Markttöffnung

Liu · Siebenhandl, Einführung in die
chinesische Wirtschaftssprache

Englisch

Ehnes · Labriola · Schiffer, Politisches
Wörterbuch zum Regierungssystem
der USA · Englisch-Deutsch,
Deutsch-Englisch, 3. Auflage

Fink, Wirtschaftssprache Englisch –
Zweisprachiges Übersetzer-Kompendium

Fink, EconoTerms A Glossary of
Economic Terms, 6. Auflage

Fink, EconoTexts I, 3. Auflage

Fink, EconoTexts II, 2. Auflage

Guess, Professional English, 4. Auflage

Königs, Übersetzen Englisch –
Deutsch

O'Neal, Banking and Financial
English, 2. Auflage

Schäfer · Galster · Rupp, Wirtschafts-
englisch, 11. Auflage

Wheaton · Schrott, Total Quality
Management

Zürl, English Training: Confidence in
Dealing with Conferences, Discussions,
and Speeches

Französisch

Jöckel, Training Wirtschaftsfranzösisch,
3. Auflage

Lavric · Pichler, Wirtschaftsfranzösisch
fehlerfrei – le français économique
sans fautes, 2. Auflage

Italienisch

Haring, Wirtschaftsitalienisch

Macedonia, Italienisch für Alle

Macedonia, Wirtschaftsitalienisch

2. Auflage

Macedonia, Made in Italy

Polnisch

Milińska, Übersetzungskurs Polnisch-
Deutsch und Deutsch-Polnisch

Russisch

Baumgart · Jänecke, Rußlandknigge,
2. Auflage

Fijas · Tjulnina, Wirtschaftsrussisch –
Wörterbuch Band I: Deutsch-Russisch

Fijas · Tjulnina, Wirtschaftsrussisch –
Wörterbuch Band II: Russisch-Deutsch

Rathmayr · Dobrušina, Texte schrei-
ben und präsentieren auf Russisch

Spanisch

Jöckel, Wirtschaftsspanisch – Ein-
führung

Padilla Gálvez, Wirtschaftsspanisch-
Wörterbuch Spanisch-Deutsch ·
Deutsch-Spanisch

Padilla Gálvez · Figueroa de Wachter,
Wirtschaftsspanisch: Textproduktion

Padilla Gálvez, Wirtschaftsspanisch:
Marketing

Schnitzer · Martí, Wirtschaftsspanisch –
Terminologisches Handbuch, 3. Auflage

Schnitzer u. a., Übungsbuch zu
Wirtschaftsspanisch, 2. Auflage

Vera-Morales, Spanische Grammatik,
3. Auflage

Tschechisch

Schmidt, Deutsch-tschechisches Wörter-
buch der Betriebswirtschaftslehre

Made in Italy

Profilo dell'industria
italiana di successo

Von

Univ. Lektorin Mag. Manuela Macedonia

Illustrationen
Klaus Pitter

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Hinweis:

Die Illustrationen von Klaus Pitter auf den Seiten
72, 81, 84, 94, 114, 115, 130, 139, 154, 200, 231, 243
stammen aus dem Buch

Macedonia, „Sprachspiele“, Veritas Verlag, Linz 2000:

Sie werden mit freundlicher Genehmigung des Künstlers und des
Veritas Verlages (Linz) reproduziert.

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Macedonia, Manuela:

Made in Italy : profilo dell'industria italiana die successo / von

Manuela Macedonia. – München ; Wien : Oldenbourg, 2001

(Lehr- und Handbücher zu Sprachen und Kulturen)

ISBN 3-486-25260-7

© 2001 Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Rosenheimer Straße 145, D-81671 München

Telefon: (089) 45051-0

www.oldenbourg-verlag.de

Das Werk einschließlich aller Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säure- und chlorfreiem Papier

Druck: R. Oldenbourg Graphische Betriebe Druckerei GmbH

ISBN 3-486-25260-7

*Dedicato a mia madre e
al suo secondo marito
Giuseppe Germanò*

VORWORT

"Made in Italy" ist ein Lehrwerk für den kommunikativen Unterricht, dessen Hauptziel es ist, die moderne Wirtschaftssprache informativ und lebendig zu vermitteln.

Inhalt des Buches ist die Erfolgsindustrie des Bel Paese, insbesondere jene Makrosektoren, die seit 1993 als tragende Säulen der italienischen Wirtschaft Defizite in der Zahlungsbilanz wettmachen und Italien den Zugang zur Währungsunion ermöglicht haben. Lebensmittel, Mode, Einrichtung und der mit diesen Bereichen verbundene Maschinenbau werden in den jeweiligen Kapiteln in ihren spezifischen Eigenheiten durchleuchtet, spannende Erfolgsgeschichten von Firmen und Produkten, die den Weltmarkt erobert haben, fokussiert.

Sprachliches Hauptaugenmerk wird auf den Aufbau des Fachwortschatzes gelegt. Die schriftlichen Übungen dienen dazu, das zu erwerbende Vokabular bewusst und bekannt zu machen, die mündlichen sollen den Unterricht kommunikativ gestalten und die Sprechbereitschaft aktivieren.

Der Umgang mit dem Internet und der Zugang zur aktuellen Informationssuche und Aktualisierung der Daten über Wirtschaftssektoren, Firmen, Produkte, Börsennotierungen, Bilanzen usw. wird durch gezielte Aufgaben angeregt: Lernende sollen sich ohne Scheu im italie-

nischsprachigen virtuellen Raum bewegen und von den Möglichkeiten des world wide web profitieren.

Besonderer Wert wird auf Authentizität und Aktualität der Sprache gelegt: Das beinhaltet die Akzeptanz gegenüber Neologismen und englischen Fachtermini. Als Linguistin beobachte ich das Phänomen, strebe jedoch keinen Purismus an: Sprache ist ein sich ständig entwickelnder, wachsender "Organismus", der, als Kommunikationskode einer Gesellschaft, genauso wie sie, sich verändert und von Außeneinflüssen nicht geschont werden kann.

In dieses Buch fließt meine jahrelange Erfahrung als gerichtlich beeidete Dolmetscherin für die italienische Sprache mit den vielen Erfahrungen aus den Geschäftsreisen: Ich habe es praxisbezogen geschrieben, um Lernende auf die aktive Benützung der Wirtschaftssprache im Beruf zu vorzubereiten.

Made in Italy eignet sich als Lehrwerk für Lehrveranstaltungen an Universitäten, Fachhochschulen, Dolmetschinentuten, höheren Schulen, in der Erwachsenenbildung, in denen der Anspruch gestellt wird, die Fachsprache als Medium der Kommunikation im Berufsleben zu vermitteln.

Erwähnt sei an dieser Stelle der Journalist Gian Antonio Stella, der mich durch seine kuriosen Bestseller über die Reichen Italiens als allererster auf die Idee brachte, mich mit der italienischen Erfolgsindustrie zu befassen.

Die Publikationen von Professor Marco Fortis, der anerkannteste Forscher in Sachen Made in Italy gelten als Grundlage zum Stand der For-

schung für dieses Buch: An ihn geht meine Anerkennung.

Frau Mag. Dagmar Beutelmeyer, die einen Teil der Fotoaufnahmen für diese Publikation gemacht hat, Frau Susanne Berner aber vor allem Frau Monika Lackner, die mich zum dritten Mal durch eine Oldenbourg Publikation begleitet, möchte ich für ihre Anregungen und für Ihre freundschaftliche Unterstützung herzlich danken.

An Klaus Pitter, den Illustrator dieses Buches, geht mein Lob für die Bereitschaft, sich intensiv mit den Inhalten zu befassen und auf meine Vorstellungen und Wünsche zeichnerisch einfühlsam einzugehen.

All jenen, die für meine ewige Zeitnot und mein Eremitenleben Verständnis gezeigt haben und dennoch meine Freunde geblieben sind, bin ich sehr verbunden!

Das Recherchieren und das Schreiben dieses Buches haben mich intensiv über viele Monate hinweg beschäftigt und mir viel Spaß bereitet: Ich wünsche mir, daß es Ihnen, liebe KollegInnen, Spaß machen wird, mit diesem Buch zu arbeiten!

Manuela Macedonia

Johannes Kepler Universität Linz
Fachhochschule Steyr

<http://www.macedonia.at>

e-mail 1: manuela@macedonia.at

RINGRAZIAMENTI

Le seguenti Persone, Istituzioni e Aziende, grazie alla loro disponibilità di fornire informazioni e materiale fotografico hanno contribuito alla realizzazione di questo libro

Alessi

Artemide

Ass. Costruttori Italiani Macchine Utensili Robot e Automazione, Dott. Battaglia

Associazione dei Costruttori Italiani di Macchinari per l'Industria Tessile

Associazione Industrie Dolciarie Italiane, Sig.ra P. De Vito

Assopiastrelle

Barilla, Sig. G. Gonizzi

Benetton, Sig. ra Innocente

Bruno Magli

Camera di Commercio di Biella, D.ssa C. Fiorio

Camera di Commercio di Bolzano, Sig. H. Untermarzonner

Camera di Commercio di Como, Dott. L. Frigerio

Camera di Commercio di Firenze, Avv. C. Ricciardi

Camera di Commercio di Lodi, Sig.ra R. Morana

Camera di Commercio di Mantova

Camera di Commercio di Padova

Camera di Commercio di Pistoia

Camera di Commercio di Pordenone

Camera di Commercio di Torino, D.ssa S. Depaoli

Camera di Commercio di Varese

Camera di Commercio di Varese, Sig.ra B. Dariani

Camera di Commercio di Vicenza

Centro Legno Arredo Cantù

Club dei Distretti Industriali

Confindustria

Cosmit Federlegno Arredo

Federlegno

Federlegno-Arredo
 Geox
 Horm
 Istituto per il Commercio Estero
 Il Sole 24 Ore, Dott. A. Kusmic, Direttore Generale
 Istituto di Ricerca Economica Camera di Commercio di Bolzano, Sig. S. Stüger
 Istituto Guglielmo Tagliacarne
 Istituto Nazionale di Statistica
 Jenny
 Luxottica
 Market Marktforschungsinstitut, Dr. Beutelmeyer
 Merloni Elettrodomestici, Sig. Patruno
 Minotti
 Moroso
 Moschino
 Nicoletti
 Parmalat
 Promecom, Sig.ra. M. Zin
 Promosedia, Sig. G. Querini
 Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia
 Regione Friuli Venezia Giulia, Sig. F. Iurig
 Regione Piemonte
 Regione Umbria
 Sintesi 2
 Società Cooperativa Ceramica d'Imola
 Unioncamere Lombardia
 Unioncamere Marche
 Unioncamere Piemonte
 Unioncamere Toscana
 Unione Industriali del Fermano
 Unione Industriali Pastai Italiani
 Vamatex

AUDACES
FORTUNA
JUVAT

Virgilio, Eneide X, 284

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	1
RINGRAZIAMENTI	4
INHALTSVERZEICHNIS	7
TEXTSORTEN- UND SYMBOLERKLÄRUNG	14
HOMEPAGE-ADRESSEN ZU INTERNETÜBUNGEN	15
ABKÜRZUNGEN	17

UNITÀ I

II MADE IN ITALY

Generalità e caratteristiche	19
-------------------------------------	----

Dialogo

Che cosa si intende per “made in Italy”?	20
Was versteht man unter “made in Italy”?	

Dialogo

Il made in Italy e la bilancia commerciale	25
Das made in Italy und die Zahlungsbilanz	

Dialogo

Gli scambi con l'estero nel '98 e '99	29
Der Warenverkehr mit dem Ausland in den Jahren '98 und '99	

Approfondimento tematico

Il made in Italy nel 2000	34
Das made in Italy im Jahr 2000	

<i>Dialogo</i>	
I prodotti di punta del made in Italy	38
Die Spitzenprodukte des made in Italy	
<i>Approfondimento tematico</i>	
La tabella dei prodotti di punta del made in Italy	40
Die Tabelle der made in Italy-Produkte	
<i>Dialogo</i>	
L'ascesa del made in Italy	45
Der Aufstieg des made in Italy	
<i>Dialogo</i>	
L'ossatura del made in Italy	50
Die Struktur des made in Italy	
<i>Approfondimento tematico</i>	
Il distretto industriale pratese	55
Der Industriebezirk von Prato	
<i>Approfondimento tematico</i>	
I distretti suddivisi in province	60
Aufteilung der Industriebezirke nach Provinzen	
<i>Dialogo</i>	
La crescita del distretto industriale	64
Die Entwicklung des Industriebezirkes	
<i>Dialogo</i>	
I punti di forza del distretto industriale	70
Die Stärken des Industriebezirkes	

UNITÀ II

IL MACROSETTORE ALIMENTARE

77

<i>Dialogo</i>	
L'agricoltura	78
Die Landwirtschaft	

<i>Approfondimento tematico</i>	
Superficie agricola	83
Die Agrarfläche	
<i>Dialogo</i>	
L'industria alimentare e le esportazioni	86
Die Lebensmittelindustrie und der Export	
<i>Notizie dal settore</i>	
Il settore alimentare	90
Der Lebensmittelsektor	
<i>Approfondimento tematico</i>	
Produzione agricola divisa per province	93
Landwirtschaftliche Produktion nach Provinzen	
<i>Dialogo</i>	
L'internazionalizzazione dell'industria alimentare italiana	95
Die Internationalisierung der italienischen Lebensmittelindustrie	
<i>La ditta di spicco</i>	
Barilla	100
<i>Il prodotto</i>	
La pasta italiana	106
Die italienischen Teigwaren	
<i>Dialogo</i>	
L'innovazione di prodotto e la leadership di nicchia	111
Produktinnovation und Nischenpositionierung	
<i>La ditta di spicco</i>	
Parmalat	117
<i>Il prodotto</i>	
Il latte come prodotto innovato	123
Die Milch als Innovationsprodukt	

UNITÀ III

IL MACROSETTORE MODA

127

Dialogo

Il settore moda e la concorrenza asiatica 128

Der Modesektor und die asiatische Konkurrenz

La ditta di spicco

Il Gruppo Benetton 133

Die Benettongruppe

Approfondimento tematico

Dall'assemblea degli azionisti Benetton 136

Aus der Versammlung der Benetton-Aktionäre

Dialogo

Le strategie: delocalizzazione e lavoro nero 140

Die Strategien: Betriebsumsiedlung und Schwarzarbeit

Notizie dal settore

Il settore tessile-abbigliamento nel 1999 146

Der Textil- und Bekleidungssektor

Dialogo

L'industria calzaturifica e la produzione per conto terzi 150

Die Schuhindustrie und die Produktion durch Sublieferanten

La ditta di spicco

Bruno Magli 155

Approfondimento tematico

Scarpe italiane in pericolo 157

Italienische Schuhe in Gefahr

Approfondimento tematico

Strategia S.O.S. per l'industria calzaturiera italiana 158

S.O.S.-Strategie für die italienische Schuhindustrie

Il prodotto

La scarpa che respira 160

Der Schuh, der atmet

<i>Dialogo</i>	
Occhialeria: l'automatizzazione come risposta all'elevato costo del lavoro	162
Brillenindustrie: Die Automatisierung als Antwort auf die hohen Arbeitskosten	
<i>La ditta di spicco</i>	
Luxottica	165
<i>Approfondimento tematico</i>	
Incremento del 117,5% dell'utile netto nel terzo trimestre del 2000	170
Steigerung um 117,5% des Nettogewinns im dritten Quartal 2000	

UNITÀ IV **IL MACROSETTORE ARREDO-CASA** 176

<i>Dialogo</i>	
L'industria dell'arredamento e il design	176
Die Einrichtungsindustrie und das Design	
<i>Notizie dal settore</i>	
Il settore legno e mobili	181
Der Holz- und Möbelsektor	
<i>Dialogo</i>	
La chiave del successo del mobile italiano	184
Der Schlüssel zum Erfolg des italienischen Möbels	
<i>Approfondimento tematico</i>	
Il circolo virtuoso del design italiano	189
Die Brutstätte des italienischen Design	
<i>La ditta di spicco</i>	
Nicoletti	191
<i>Approfondimento tematico</i>	
Il mercato del contract	197
Der Markt der schlüsselfertigen Ausstattung	

<i>Dialogo</i>	
Il macrosettore arredo-casa e Internet	198
Der Einrichtungs- und Hausmakrosektor Einrichtung und Internet	

<i>Dialogo</i>	
Illuminazione: la concorrenza di Asia ed Europa dell'Est	203
Beleuchtungsindustrie: Die Konkurrenz aus Asien und Osteuropa	

<i>La ditta di spicco</i>	
Artemide	207

<i>La ditta di spicco</i>	
Alessi	211

<i>Dialogo</i>	
L'industria italiana delle piastrelle: una leadership consolidata	213
Die italienische Fliesenindustrie: Eine gefestigte Marktführung	

<i>La ditta di spicco</i>	
Cooperativa Ceramica d'Imola	217
Genossenschaft Ceramica d'Imola	

<i>Il prodotto</i>	
La ceramica per l'edilizia e l'architettura	221
Keramik für den Bau und für die Innenausstattung	

UNITÀ V

IL MACROSETTORE ELETTROMECCANICA 227

<i>Dialogo</i>	
Design e tecnologia: la sfida per il prodotto italiano	228
Design und Technologie: Die Herausforderung für das italienische Produkt	

<i>La ditta di spicco</i>	
Merloni	233

<i>Approfondimento tematico</i>	
Un'azienda vicina al cliente	236
Eine kundennahe Firma	

<i>Il prodotto</i>	
Gli elettrodomestici digitali	239
Die digitalen E-Geräte	

<i>Dialogo</i>	
Le macchine utensili italiane	244
Die italienischen Werkzeugmaschinen	

<i>Notizie dal settore</i>	
Il meccanotessile italiano	249
Der Sektor der italienischen Textilmaschinen	

<i>La ditta di spicco</i>	
Vamatex	253

<i>Il prodotto</i>	
Leonardo	256

<i>Dialogo</i>	
La produzione di macchine utensili e la crisi asiatica	259
Die Herstellung von Werkzeugmaschinen und die Asienkrise	

<i>Notizie dal settore</i>	
Macchine ed apparecchi meccanici	264
Maschinen und mechanische Einrichtungen	

VOKABELN	269
-----------------	-----

BIBLIOGRAPHIE	296
----------------------	-----

TEXTSORTEN- UND SYMBOLERKLÄRUNG

DIALOGO	Dialog zwischen zwei oder drei Personen  männliche Dialogperson  weibliche Dialogperson  weitere männliche Dialogperson
OSSERVAZIONI	Kernwortschatz eines Dialogs
ESERCIZIO ORALE 	Mündliche Übung Rollenspiel, Interview, Diskussion
ESERCIZIO SCRITTO 	Schriftliche Übung Ausfüllen von Übungen
APPROFONDIMENTO TEMATICO	Lesestück zur Vertiefung des Hauptthemas
LA DEFINIZIONE TECNICA	technische Definition
NOTIZIE DAL SETTORE	Bericht aus der Presse über den Sektor
LA DITTA DI SPICCO	Die Spitzenfirma, Fallstudie
IL PRODOTTO	Das besondere Produkt
LAVORARE CON L'INTERNET 	Übung im Internet Internet-Adresse (gültig zum Zeitpunkt der Drucklegung des Buches)

HOMEPAGE-ADRESSEN ZU INTERNETÜBUNGEN

Uffici di Statistica e Organi collegati

Italia: <http://www.istat.it>

Austria: <http://www.oestat.gv.at>

Germania: <http://www.statistik-bund.de>

Svizzera: <http://www.statistik.admin.ch>

Centro di Ricerca sull'Economia Digitale Università Bocconi
<http://www.i-lab.uni-bocconi.it>

Censis
Centro Studi Investimenti Sociali
<http://www.censis.it>

Federcomin
Federazione nazionale imprese di telecomunicazioni,
radiotelevisione e informatica.
<http://www.federcomin.it/>

Camere di Commercio e Organi collegati

Camera di Commercio Italiana
<http://www.camcom.it>

Camera di Commercio Austriaca
<http://www.wko.at>

Camera di Commercio Tedesca
<http://www.icc-deutschland.de>

Camera di Commercio Svizzera
<http://www.sec-chamber.ch>

Unioncamere
Unione Italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura
<http://www.unioncamere.it>

Infocamere
<http://www.infocamere.it>
Camere di Commercio Italiane nel mondo: <http://www.italchambers.net>

Mondimpresa
Agenzia per la Mondializzazione dell'Impresa
<http://www.mondimpresa.it>

Confindustria
Confederazione Generale dell'Industria
<http://www.confindustria.it>

Confcommercio
Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo e di Servizio
<http://www.confcommercio.it>

Confartigianato
Confederazione Generale Italiana dell'Artigianato
<http://www.confartigianato.it>

Istituto Guglielmo Tagliacarne
Centro di formazione e informazione economica
<http://www.tagliacarne.it>

Ministero del Commercio e dell'Artigianato
<http://www.minindustria.it>

Istituto Nazionale per il Commercio Estero ICE
<http://www.ice.it>

Scelta di giornali e riviste a sfondo economico on-line

Il Sole 24 Ore
<http://www.ilsole24ore.com/>

Il Denaro
<http://www.denaro.it>

Gente Money
<http://www.stelnet.com>

Milano Finanza
<http://www.milanofinanza.it>

Economia & Management
<http://www.rcs.it/unipro/ecoman>

Il Mondo
<http://www.ilmondo.rcs.it>

Giornale NET
<http://www.giornale.net>

ABKÜRZUNGEN

Adj.	Adjektiv
Adv.	Adverb
Ausspr.	Aussprache
Bsp.	Beispiel
bzw.	beziehungsweise
dt.	deutsch
f	Femininum
frz.	französisch
höfl.	höflich
Ind.	Indikativ
Inf.	Infinitiv
it.	Italienisch
jmdn.	jemanden
Kond.	Konditional
lat.	Latein
m	Maskulinum
pag.	pagina
pagg.	pagine
Pl.	Plural
s.	siehe
Part. Perf.	Partizip Perfekt
Präs.	Präsens
Sing.	Singular
spätlat.	Spätlatein
Syn.	Synonym
u.	und
umgangsspr.	umgangssprachlich
unreg.	unregelmäßig
usw.	und so weiter
v.	vedi
vgl.	vergleiche
vs.	versus
wörtl.	wörtlich
z.B.	zum Beispiel

IL MADE IN ITALY

GENERALITA' E CARATTERISTICHE



(Cartoon K. Pitter)

DIALOGO

CHE COSA SI INTENDE PER "MADE IN ITALY"?

☺ **Parlando di made in Italy si intende il cosiddetto sistema moda, vero? Vestiti, scarpe, accessori con un certo design e qualità?**

☹ dire la verità, il made in Italy è un fenomeno molto più complesso, **non limitato al sistema moda.**

☺ Capisco, allora quali settori **comprende oltre alla moda?**

☹ Oltre alla moda comprende una serie di prodotti del cosiddetto **sistema arredo-casa, tempo libero, dell'alimentazione mediterranea** e di tutta l'industria **meccanica collegata a questi prodotti.**

☺ **Può essere più precisa?**

☹ Il sistema arredo casa è l'insieme dei prodotti **inerenti l'estetica della casa**, la sua funzionalità come ad esempio l'arredamento, gli elettrodomestici, i casalinghi, la rubinetteria, le lampade, eccetera.

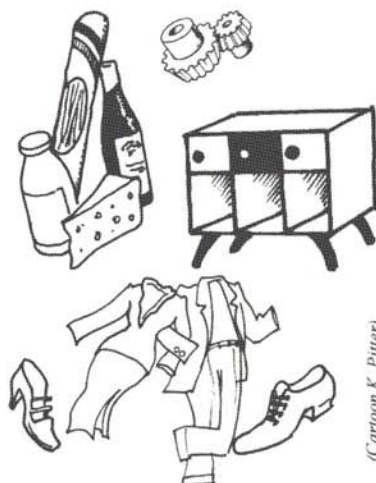
☺ Per non parlare poi dei pavimenti in ceramica o in marmo.

☹ Viene poi l'alimentazione mediterranea, conosciuta ed apprezzata in tutto il mondo?

☺ Certo, anche **a nord delle Alpi** si mangia moltissima pasta. Nei supermercati si vedono ormai molti prodotti italiani come **insaccati, prosciutto, dolci, vini, formaggi.**

☹ Soprattutto non bisogna dimenticare la meccanica collegata alle produzioni **di cui** abbiamo parlato.

☺ E' il caso quindi dell'**indotto**, in particolare delle macchine che



(Cartoon K. Pitter)

☺ E' il caso quindi dell'**indotto**, in particolare delle macchine che **trasformano la materia prima** e ne fanno il prodotto made in Italy?

☺ Esatto, non solo macchine che producono ma che **porzionano** ed **imballano**. Ad esempio la meccanica tessile ma anche le macchine per la lavorazione dei mobili, della pelle, della ceramica.

☺ Quindi l'Italia **vanta** non solo la **leadership** nel **prodotto finito** ma anche nelle macchine che **servono a farlo**!

☺ Proprio nella meccanica dell'indotto l'Italia ha una grande tradizione!

OSSERVAZIONI

Parlando di: Wenn man von / über ... spricht
parlare di qualcosa von / über etwas sprechen

si intende: man meint
intendere, inteso meinen, gemeint

sistema moda: Modesektor
il sistema (m), i sistemi (pl)

non limitato a: nicht beschränkt auf

comprende oltre alla moda: enthält, umfaßt über die Mode hinaus

sistema arredo-casa: der Einrichtungssektor
arredo < arredare einrichten

tempo libero: Freizeit

alimentazione mediterranea: Ernährung wie in den Mittelmeerländern
besteht hauptsächlich aus Kohlenhydraten, Obst, Gemüse, Fisch

meccanica: Maschinenbau

collegata a: verbunden mit

Può essere più precisa?: Können Sie genauer sein? Können Sie das präzisieren?

inerenti: bezüglich, betreffend

a nord delle Alpi: nördlich der Alpen

insaccati: Wurstwaren

dolciumi: Süßwaren
dolciume (m), vgl. dolci Süßigkeiten

di cui: wovon

indotto: Zulieferindustrie

trasformano la materia prima: verarbeiten den Rohstoff

porzionano, imballano: portionieren, verpacken

vanta la leadership: ist stolz auf die Führungsposition

prodotto finito: Endprodukt, Fertigprodukt

servono a farlo: dienen dazu, es zu machen

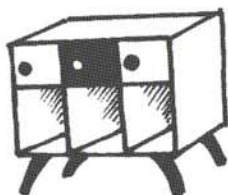
ESERCIZIO SCRITTO (1)

✍ Rispondete!

- | | vero | falso |
|---|--------------------------|--------------------------|
| ● Il made in Italy è limitato al sistema moda | ☐ | ☐ |
| ● Il made in Italy non comprende l'alimentazione mediterranea | ☐ | ☐ |
| ● A nord delle Alpi non si mangiano dolci italiani | ☐ | ☐ |
| ● L'Italia non vanta solo la leadership nei prodotti tipici ma anche nelle macchine che servono a farli | ☐ | ☐ |

ESERCIZIO SCRITTO (2)

✍ Completate. Come definite questi macrosettori industriali che formano il made in Italy?



.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....



.....
.....
.....
.....
.....

(Cartoon K. Pitter)

ESERCIZIO SCRITTO (3)

Ø Fate una lista di alcuni prodotti italiani che conoscete. Da quali macrosettori provengono?

PRODOTTO	MACROSETTORE
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	

ESERCIZIO SCRITTO (4)

Ø Completate!

Si sa che con il termine “made in Italy” (man meint)
 un fenomeno (nicht beschränkt auf) un settore
 chiave come (der Modesektor) Il made in Ita-
 ly (umfaßt über die Mode hinaus)
 (der Einrichtungssektor / Freizeit)
 (die Ernährung wie in den Mittelmeerländern)
 la meccanica (verbunden mit)
 questi prodotti. (Nördlich der Alpen)
 si trovano già molti prodotti come prosciutti,
 (Wurstwaren), (Süßwaren)
 italiani. L'Italia (ist stolz auf die Führungsposition)
 in alcuni settori non solo nel (Fertigprodukt)
 ma anche nelle macchine che (dazu die-
 nen, es zu machen).....
 Infatti (die Zulieferindustrie)
 soprattutto nella (Maschinenbau)
 ha una grande tradizione in Italia.

ESERCIZIO ORALE

 *Dialogate rispondendo alle domande sottostanti!*

- Per quali tipi di prodotto è conosciuta l'Italia?
- Quale macrosettore è da considerare più importante: la moda o la meccanica?
- Si può parlare di made in Germany / Austria / Switzerland con relativi macrosettori?
- Quali sono i prodotti nei quali questi Paesi vantano la leadership?
- Sapete se si verifica lo stesso fenomeno come per l'Italia a riguardo dell'indotto?

ESERCIZIO ORALE

 *A quali Paesi Vi fanno pensare le foto sottostanti? Dite perché e dite che cosa associate con l'immagine!*



ESERCIZIO ORALE

 *Fate i dialoghi seguenti!*

 *Lei è un'esperta della Camera di Commercio Italiana: parli del made in Italy in generale con un collega tedesco.*

 *Lei è un esperto della Camera di Commercio Tedesca: parli del made in Germany in generale con una collega italiana.*

 *Lei è tedesca. Sa che l'Italia è molto forte nel campo della moda ma negli altri settori gli italiani non vantano leadership.*

 *Lei esporta macchinari tessili italiani in tutto il mondo. La Sua azienda è all'avanguardia, da sempre detiene la leadership mondiale. Ne parli con una conoscente tedesca.*

DIALOGO

IL MADE IN ITALY E LA BILANCIA COMMERCIALE

Qual è l'importanza del made in Italy a livello di economia nazionale?

Va detto che i settori del made in Italy costituiscono l'asse portante del sistema produttivo italiano.

E' in grado di documentare quest'affermazione con dati statistici?



(Cartoon K. Pitter)

Sì, nel '97 il made in Italy ha realizzato un saldo commerciale attivo con l'estero di 152.000 miliardi di lire.

Capisco, ma la bilancia commerciale nazionale, è stata chiusa con un attivo o con un passivo?

Con un **finale positivo** di 51.000 miliardi di lire!

Quindi le esportazioni del made in Italy sono in grado di **colmare il deficit** della bilancia commerciale italiana proveniente da altri settori.

Proprio così!

Facendo un confronto con un Paese come la **Germania riunificata**, come si posiziona il saldo commerciale del made in Italy?

I dati che abbiamo a disposizione **fanno riferimento al '96**: in quell'anno la Germania riunificata, con 82 milioni di abitanti contro i 58 milioni dell'Italia, ha avuto un attivo netto commerciale con l'estero di circa 101.000 miliardi di lire.

Quindi **non c'è male** per l'Italia!

OSSERVAZIONI**a livello di:** in Bezug auf, auf der Ebene von**Va detto che:** Es muß gesagt werden, daß**asse portante:** tragende Achse**E' in grado di:** Ist in der Lage zu**affermazione:** Behauptung**la bilancia commerciale è stata chiusa:** die Zahlungsbilanz ist abgeschlossen worden**finale positivo:** positives Endergebnis**colmare il deficit:** das Defizit ausgleichen**Proprio così!:** So ist es!**Facendo un confronto:** Wenn man einen Vergleich durchführt**la Germania riunificata:** das wiedervereinte Deutschland**fanno riferimento al '96:** beziehen sich auf (das Jahr) '96**non c'è male:** nicht schlecht**ESERCIZIO SCRITTO (5)***✍ Rispondete!*

- | | vero | falso |
|---|--------------------------|--------------------------|
| ● I settori del made in Italy costituiscono l'asse portante del sistema produttivo italiano | ☐ | ☐ |
| ● Nel '97 la bilancia commerciale italiana è stata chiusa con un passivo | ☐ | ☐ |
| ● Le esportazioni del made in Italy sono in grado di colmare il deficit della bilancia commerciale italiana | ☐ | ☐ |

ESERCIZIO SCRITTO (6)*✍ Leggete con attenzione il dialogo e rispondete alle domande:*

Qual è stato il saldo commerciale attivo con l'estero della Germania e dell'Italia per quanti abitanti?

	Germania '96	Italia '97
Saldo	_____	_____
Abitanti	_____	_____

LAVORARE CON L'INTERNET

☒ *Navigate all'ufficio di statistica del Vostro Paese e cercate il saldo commerciale attivo con l'estero del 1999 e del 2000 e il numero degli abitanti.*

Paese _____
 saldo attivo _____
 numero abitanti _____

LA DEFINIZIONE TECNICA

Bilancia commerciale: Differenza netta in valore fra le importazioni e le esportazioni di un Paese. ... Viene calcolata ... sulla base delle bollette doganali e viene esaminata sia nel suo complesso sia per grandi settori merceologici al fine di avere un quadro dell'evoluzione del commercio.

Fonte: Dizionario dei termini economici

ESERCIZIO SCRITTO (7)

✍ *Traducete in tedesco la definizione di "bilancia commerciale"!*

ESERCIZIO SCRITTO (8)

✍ *Complete!*

I settori del made in Italy costituiscono (die tragende Achse)
 del sistema produttivo italiano, perché (sie
 sind in der Lage) di far chiudere (die
 Zahlungsbilanz) con un attivo e di (das De-
 fizit ausgleichen) proveniente da altri
 settori. (So ist es!) Anche (wenn man einen
 Vergleich macht) con la (wiederver-
 eintes Deutschland) l'Italia presenta
 dati molto interessanti. Quindi (nicht schlecht)
 per l'Italia!