

**Etapa județeană / sectoarelor municipiului București a olimpiadelor naționale școlare
- 2023**

OLIMPIADA DE LIMBI ROMANICE

LIMBA ITALIANĂ

Proba scrisă

11 martie 2023

CLASA a XI-a NORMAL

TOATE SUBIECTELE SUNT OBLIGATORII.

TIMP DE LUCRU: 3 ORE

NU SE ACORDĂ PUNCTE DIN OFICIU.

SUBIECTUL I Comprensione della lettura (30 punti)

Leggi attentamente il testo:

Escludendo le celebrità, cioè quei personaggi pubblici la cui notorietà non è strettamente connessa ai social media, un italiano su tre segue un influencer, almeno uno. Più di uno su cinque segue un macro-influencer dal quale cerca consigli per gli acquisti, si fa guidare nella spiegazione di un prodotto, lo "adotta" come un modello o s'ispira per scoprire le ultime novità. Più di una pubblicità. Perché se lo spot è generico, superficiale e impersonale, per quanto targettizzato, l'influencer diventa un amico, una guru, un esperto. Ci si fida, pure se non l'abbiamo mai visto di persona e l'unica cosa che conosciamo è l'immagine social.

Sono proprio i macro influencer ad essere al centro della ricerca "Italiani & Influencer" con l'obiettivo di indagare a fondo le opinioni degli italiani nei confronti di una categoria sempre più importante nei consumi. Tra i 18 e i 54 anni ci sono quindi circa 20 milioni gli italiani che hanno scelto di seguire almeno un personaggio che fa tendenza e di questi il 48% segue un macro influencer. Una categoria che include non solo persone, ma anche brand editoriali con profili social di spicco nelle community di riferimento, riconosciuti come autorevoli in nove campi specifici.

Secondo l'indagine, su un campione di 1500 intervistati rappresentativi di 12 milioni di persone, il 37% dichiara di seguire gli influencer ogni giorno, mentre un altro 37% ogni 2 o 3 giorni.

Ma quale è il ruolo dei macro influencer nel processo d'acquisto? Sono dei "consulenti" che in ogni situazione possono giocare un ruolo determinante: l'85% degli italiani ha dichiarato di tenere in considerazione la loro opinione sui social quando si tratta di acquistare un prodotto. Nell'ultimo anno circa la metà degli intervistati ha comprato una media di 2 prodotti o servizi consigliati da influencer o brand editoriali sui social.

(tratto e adattato da <https://www.repubblica.it/>)

A. Le affermazioni che seguono riguardano il testo che hai letto. Scegli la variante giusta: 10 punti

1. Le celebrità

- a. devono la loro notorietà ai social media;
- b. non devono la loro notorietà ai social media;
- c. seguono gli influencer.

2. Gli italiani

- a. si fidano degli influencer più che della pubblicità;
- b. si fidano solo degli influencer che vedono di persona;
- c. si fidano degli influencer che sono degli esperti.

3. Hanno partecipato alla ricerca

- a. 1500 persone;
- b. 12 milioni di persone;
- c. 20 milioni di persone.

4. Un profilo social *di spicco* è

- a. irrilevante;
- b. notevole;
- c. sconosciuto.

5. Nell'ultimo anno

- a. metà dei prodotti acquistati sono stati consigliati dagli influencer sui social;
- b. metà degli intervistati hanno comprato dei prodotti consigliati dagli influencer sui social;
- c. metà degli intervistati hanno comprato in media 2 prodotti o servizi online.

B. Indica se le seguenti affermazioni sono vere o false e giustifica le tue risposte.

10 punti

- 1. Un influencer è importante quanto la pubblicità.
- 2. Gli italiani seguono gli influencer solo per fare gli acquisti.
- 3. L'indagine ha come obiettivo le tendenze consumistiche degli italiani.
- 4. Circa un terzo degli intervistati dichiara di seguire gli influencer tutti i giorni.
- 5. Il parere degli influencer circa i prodotti è un fattore determinante per una notevole percentuale di italiani.

C. Rispondi alle domande:

5 punti

- 1. Perché gli influencer riescono a conquistare la fiducia degli italiani, a discapito della pubblicità?
- 2. Che ruolo hanno i macro influencer negli acquisti?

D. Riformula in 30-40 parole il paragrafo sottolineato.

5 punti

SUBIECTUL al II-lea Competenza linguistica (30 puncti)

1. Completa le frasi con la parola opportuna (sostantivo, aggettivo, avverbio), costruendola a partire da quella fornita. 8 punti

- a) Lo conosco da poco, ma con me Alberto si comporta in modo molto _____. (**amico**)
- b) Non ho mai conosciuto una persona più _____ di te! (**paura**)
- c) Se sei nervosa ti consiglio un bagno _____. (**rilassare**)
- d) Credo che tu abbia ragione. Io sono _____ alla tua proposta. (**favore**)

2. Scegli l'alternativa giusta.

5 punti

- a) Ritengo che la situazione **è / sia / era** difficile da risolvere.
- b) Secondo me gli **debba / avessi dovuto / devi** dire la verità.
- c) Voglio che Leo **torna / torni / tornasse** a casa presto.
- d) Questo è il libro più interessante che io **leggo / ho mai letto / abbia mai letto** in vita mia.
- e) Anche se **ero / fossi / fossi stato** in ritardo, sono riuscito ad arrivare in tempo per prendere l'autobus.

3. Trasforma le frasi dal presente al passato.

6 punti

- a) È la storia più assurda che abbia mai sentito.
- b) Sono molto contenta perché Marco mi ha telefonato per darmi la bella notizia.
- c) Secondo me dovresti studiare di più per l'esame; lo supereresti senza problemi.

4. Completa le frasi secondo le indicazioni fra parentesi: 5 punti

- a) Ci sono molte persone guardano programmi stupidi in TV. **(il pronome relativo)**
- b) Augusto non è esattamente un tipo le ragazze si possono fidare. **(il pronome relativo)**
- c) Non riesco finire il lavoro in tempo. **(la preposizione)**
- d) Andiamo al cinema? Che dici? **(la particella adatta)**
- e) Filippo, per fretta di uscire, si è scordato i libri a casa. **(l'articolo opportuno)**

5. Leggi il brano e completalo con le parole mancanti (una parola per ogni spazio). 6 punti

Il compleanno di Paolo

Penso proprio che ieri sia stata__(a)__fantastica giornata. Insieme ad altri amici siamo__(b)__a festeggiare il compleanno di Paolo in un pub del centro. Paolo pensava che noi __(c)__ ci ricordassimo del suo compleanno. __(d)__Luigi ed io avevamo organizzato__(e)__ già due settimane__(f)__.

SUBIECTUL al III-lea Produzione scritta (40 punti)

Perché viaggiamo? È il desiderio di conoscere che ci spinge lontano da casa? Scrivi un saggio su quest'argomento a partire dall'affermazione dello scrittore cinese Lin Yutang: *“Non ci si rende conto quanto sia bello viaggiare, finché non si torna a casa e si posa la testa sul vecchio, caro, cuscino.”* **(180- 200 parole)**

NB: Regola per contare le parole : si considera una parola qualsiasi insieme di segni posto tra due spazi: “l'informazione” = 1 parola; “comunicazione tecnico-scientifica” = 2 parole; “Un buon soggetto” = 3 parole; “Non l'ho mai visto” = 4 parole.