

TRANSKRYPCJA NAGRAŃ POZIOM ROZSZERZONY

Zadanie 4.

Mostra mercato „Tesori di Fattoria” a Giulianova

Torna la nuova edizione di “Tesori di Fattoria”, la rassegna del prodotto tipico che attira un numero sempre più grande di visitatori affascinati dalla varietà e qualità delle nostre produzioni agricole. In provincia di Teramo, dalla sua terra e dalla sua gente, nasce l’iniziativa di “Tesori di Fattoria” voluta ed organizzata dalla Confederazione Italiana Agricoltori di Teramo, con l’obiettivo di far riscoprire i prodotti tipici di qualità dimenticati che sono stati i protagonisti delle tavole. Visitando la mostra mercato, si gusteranno i sapori di una volta, grazie ad agricoltori sensibili e pronti a dare risposte e suggerimenti al visitatore attento e curioso, desideroso di recuperare la cultura dei sapori dimenticati.

Abbiamo incontrato il Presidente Massimo Cerasi per farci illustrare le motivazioni e le aspirazioni che la Cia di Teramo mette nell’organizzare l’evento “Tesori di Fattoria”.

- Cosa troveranno i turisti e i numerosi residenti, tra gli stand espositivi?

- “Visitando la mostra mercato si gusteranno i sapori che i nostri agricoltori hanno riscoperto, valorizzato e riproposto: antiche varietà di frutta ed ortaggi, formaggi tradizionali, vini doc di qualità, olio extravergine d’oliva, ma anche dolci e confetture. Non solo, ci sarà anche uno stand con un’area didattica per i più piccoli, un percorso ludico-didattico per far conoscere la vita rurale, curato ed organizzato dall’Associazione Giovani Imprenditori Agricoli di Teramo. Inoltre, sarà allestita la mostra documentaria di un’iniziativa che stiamo portando avanti: il progetto “Angola”. Da alcuni anni andiamo in questo paese dell’Africa e aiutiamo a creare e far nascere dei nuclei che autoproducono il proprio fabbisogno giornaliero.

- Il vostro scopo è anche educare alla riscoperta dei valori della campagna, valori che oggi si stanno perdendo?

- “Infatti! La mostra vuole anche contribuire a creare un nuovo patto di fiducia con i consumatori, garantendo loro la qualità autentica che solo i prodotti tipici di fattoria possono avere. Infine, se mi permette, colgo l’occasione di questa intervista per sottolineare alcune cose importanti. Volevo fare un appello o un invito ai visitatori a riscoprire il valore dell’acquisto in fattoria, a viaggiare nelle nostre belle campagne tra paesaggi meravigliosi e sorprendenti per acquistare direttamente dagli agricoltori con il piacere di emozionante contatto con la natura.”

- Come saranno articolate le tre serate a Giulianova?

- La manifestazione è stata distribuita su quattro aree. Si parte dall’allestimento degli stand espositivi. Oltre allo spazio gastronomico, nella zona della Piazza della Libertà saranno presenti gli stand e sponsor della manifestazione con gadget e materiale informativo. Invece l’Area di Corso Garibaldi sarà destinata all’artigianato locale. In accordo con l’amministrazione comunale e la parrocchia di Giulianova, verranno aperti tutti i musei cittadini e le chiese del centro storico. Il programma dettagliato è disponibile sul sito web della manifestazione.

<http://www.giulianova.it/>

Zadanie 5.

Intervista con Franca Fiacconi

N: Ciao Franca, mille grazie per la tua disponibilità a chiacchierare un pochino con noi. Cos'è cambiato da quando sei entrata nel mondo dell'atletica ?

F: Sono entrata nel mondo dell'atletica a 12 anni, fino a quel momento non conoscevo lo sport agonistico. Ovviamente la mia vita fu stravolta poiché mi innamorai a tal punto della corsa da esserne totalmente rapita. Mi ricordo che andavo al campo d'atletica e iniziavo a correre ancor prima che l'allenatore me lo dicesse.

N: Cosa deve fare un atleta per diventare un buon maratoneta?

F: Bisogna innanzitutto metterci tanta passione: niente e nessuno può costringerti a correre se non ne hai voglia. Quindi è indispensabile la predisposizione psicologica e fisica alla fatica di lunga durata, l'una non può esprimersi totalmente senza l'altra. Ma è fondamentale lasciarsi guidare da un allenatore di rilievo, cioè quello che "cuce" addosso all'atleta l'allenamento come un sarto che confeziona un vestito su misura.

N: Quali difficoltà incontrano gli atleti a gareggiare in condizioni così estreme?

F: Per quanto riguarda la classica distanza su strada dei 42 chilometri, condizioni estreme è difficile trovarne, eccezione fatta forse per l'estremo caldo o l'estremo freddo. Per quanto riguarda le ultramaratone tipo la Marathon Des Sables che si svolge nel deserto, le difficoltà sono numerose: si corre con uno zaino sulle spalle, c'è l'impossibilità di un'alimentazione normale, la lunghezza delle tappe è amplificata dal forte caldo e poi ci sono i problemi con i piedi doloranti, il rischio della disidratazione...fino ad arrivare all'escursione termica.

N: Qual è l'alimentazione ideale per un atleta che partecipa alle maratone?

F: Per quanto riguarda la maratona classica di 42 km durante la gara gli atleti d'elite assumono limitate quantità di carboidrati liquidi o sali minerali e acqua poiché la gara dura poco tempo. Per quanto riguarda invece le maratone che durano molte ore, bisogna consumare durante la gara anche barrette a base di proteine e carboidrati oltre a grandi quantità di acqua e sali minerali.

N: Qual è la difficoltà più grande che un maratoneta deve superare in gara? Sete, fame, fatica o...?

F: Tutto dipende da come ci si è preparati all'appuntamento. Io, pur essendo una persona spontanea che ama improvvisare, non mi permetto di scherzare sull'essenziale: non trascuro mai nulla. Sono fatta proprio così.

N: Grazie del tempo che ci hai dedicato.

F: Grazie a voi.

Zadanie 6.

1. La Camera Nazionale della Moda Italiana é un'associazione che coordina e promuove lo sviluppo della moda italiana. Rappresenta i più alti valori culturali della moda italiana e si propone di tutelarne, coordinarne e potenziarne l'immagine, sia in Italia che all'estero. Fin dal 1958, anno della sua fondazione, ha attuato una politica di sostegno organizzativo finalizzata alla conoscenza, alla promozione e allo sviluppo della moda attraverso eventi di alto livello. Come previsto dallo statuto, l'associazione è il punto di riferimento e l'interlocutore privilegiato per tutte le iniziative nazionali ed internazionali volte a valorizzare e a promuovere lo stile, il costume e la moda italiana.

<http://www.itcgmontefiascone.it/>

2. Si trova in Corso Garibaldi, a Milano, e apparentemente è un negozio di 130 metri quadrati che vende abbigliamento. Se però ci si passa una settimana più tardi si rischia di non ritrovarlo più: semplicemente il negozio, appena inaugurato, non esiste più. Quello appena descritto è uno dei tanti esempi di “negozio a tempo determinato” e rappresenta l'ultima mania degli amanti dello shopping a sorpresa. Si tratta di negozi che aprono senza annunci di alcun tipo, vendono la merce e poi nel giro di poche settimane chiudono e traslocano altrove. E a giudicare dal numero crescente di questi negozi, la strategia funziona.

Selezione, ottobre 2007

3. Come si fa a vincere nel campo della moda? Semplice: accorciando al massimo il tempo che passa fra l'ideazione di un modello e il suo arrivo in vetrina. Questo è il segreto di alcuni marchi che si sono imposti rapidamente sul mercato globale e che riescono a mandare in negozio un modello appena due settimane dopo la sua ideazione. Nel modello operativo classico, invece, fra l'idea dello stilista, la realizzazione, la sfilata e la spedizione al negozio il tempo può essere addirittura di 13 mesi. (...)
4. Il 25 febbraio 1951 con la sfilata organizzata dal conte Giorgini a Firenze per un pubblico internazionale iniziava la storia della moda italiana. André Suarès scriveva che “la moda è la migliore delle farse, quella in cui nessuno ride, poiché tutti vi partecipano”. L'abito è sempre stato inteso come espressione di affermazione sociale, di conferme individuali, importante mezzo di comunicazione di singoli individui e di popoli interi. E' anche un linguaggio del desiderio: un gioco di ammiccamenti e di rivalità che narra l'evoluzione del costume, del pudore e dell'immaginazione. L'abito assume dunque la funzione di talismano perché, come nelle antiche favole, è l'elemento magico che permette la trasformazione. (..)
5. Altro che eleganza! Nella moda italiana trionfa il banale, la mancanza di idee, ma soprattutto la volgarità. Per l'ultima settimana della moda italiana svoltasi a marzo a Milano erano in programma 228 sfilate, ma in realtà, quelle che valevano la pena di essere viste si contavano sulle dita di una mano. Uno dei motivi del tragico decadimento è l'utilizzo sempre più massiccio, per motivi economici, di tessuti e mano d'opera provenienti da Europa dell'Est, India e soprattutto Cina. Altro punto dolente è la mancanza di nuove idee e di nuovi stilisti. Sempre le stesse facce e, di conseguenza, stessa solfa. Dove andrà a finire dunque il Made in Italy?

www.nytimes.com