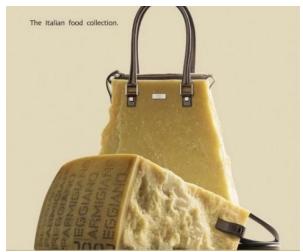
# UNITÀ 1









### **PER COMINCIARE:**



Guarda le due pubblicità per Dolce e Gabbana / per il parmigiano reggiano.

| Cosa rappresentano le immagini a sinistra ( <i>left</i> )? | Cosa rappresentano le immagini a destra (right)? |
|--|--|
| Quale messaggio danno sull'Italia?                         | Quale messaggio danno sull'Italia?               |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

| Pagina 2 |  |
|----------|--|
|          |  |
|          |  |
|          |  |
|          |  |
|          |  |



**Discussione**: Con un/a compagno/a, compara le tue risposte. Poi discuti:

- I vestiti / prodotti ti sembrano autenticamente italiani?
- Quali metodi visuali usano le pubblicità per risultare / sembrare autentiche?
- Come interagiscono con gli stereotipi? / Secondo te, le pubblicità creano stereotipi d'Italia? Cosa sono?

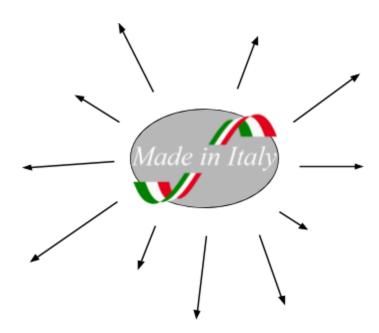
### IL MADE IN ITALY — INTRODUZIONE



### ATTIVITÀ 1 | Brainstorming di una definizione

### 1. Brainstorming - insieme

Quali parole associ all'espressione "Made in Italy"? Quali prodotti, secondo te, sono parte del "Made in Italy? Perché?



2. Con un/a compagno/a, scrivi una breve definizione di "Made in Italy" - e poi condividi con la classe.

#### **VOCABOLARIO UTILE:**

```
all'estero = abroad
acquistare = to purchase
  \rightarrow l'acquisto = purchase
l'azienda = company
comprare = to buy
il costo = cost, price
esportare
  \rightarrow l'esportazione = export
la globalizzazione = globalization
l'icona = icon
importare
  \rightarrow l'importazione = import
l'industria = industry
la marca = a specific brand (ex. Dolce e Gabbana)
il marchio = brand
il mercato = market
la moda = fashion
il prestigio = distinction, esteem
il prezzo = price, cost
produrre = to produce, manufacture
 \rightarrow il prodotto = product
  \rightarrow la produzione = production
il profumo = perfume
Pubblicizzare / fare pubblicità = to advertise
  \rightarrow la pubblicità = advertisement
sfilare = to walk the runway
  \rightarrow la sfilata = the runway
lo sviluppo = development
lo spot = video advertisement
vendere = to sell
```

 $\rightarrow$  la vendita = *sale* 

### GRAMMATICA – RIPASSO: I NOMI – SINGOLARE E PLURALE

- Leggi bene il pdf Grammatica I nomi, e Grammatica I nomi particolari su Moodle.
- Esercizi: *I nomi*, 1.2 p. 8; 1.4 e 1.5 p. 9; *I nomi particolari*, 2.1 p. 13; 2.2 e 2.4 p. 14; 2.5 e
- 2.6 p. 15 [controlla il pdf Grammatica Soluzioni p. 295]



## ATTIVITÀ 2 | Scrivi il plurale – se possibile! – delle seguenti parole:

| gelato           | <b>→</b> | fumetto          | <b>→</b> |
|------------------|----------|------------------|----------|
| monumento        | <b>→</b> | università       | <b>→</b> |
| lingua           | <b>→</b> | giornale (m.)    | <b>→</b> |
| ristorante (m.)  | →        | chiesa           | <b>→</b> |
| città            | <b>→</b> | criminalità      | <b>→</b> |
| sigaretta        | <b>→</b> | cappuccino       | <b>→</b> |
| sport            | <b>→</b> | macchina         | <b>→</b> |
| televisione (f.) | ) →      | radio (f.)       | <b>→</b> |
| risotto          | <b>→</b> | cibo             | <b>→</b> |
| mafia            | <b>→</b> | cinema (m.)      | <b>→</b> |
| moda             | <b>→</b> | canzone (f.)     | <b>→</b> |
| amico            | <b>→</b> | vino             | <b>→</b> |
| caffè            | <b>→</b> | pizza            | <b>→</b> |
| famiglia         | <b>→</b> | informazione     | (f.) →   |
| formaggio        | <b>→</b> | religione (f.)   | <b>→</b> |
| dialetto         | <b>→</b> |                  | <b>→</b> |
| panorama (m.)    | )→       | libro di italian | 0 →      |
|                  |          |                  |          |

# ATTIVITÀ 3 | A COPPIE | PRODOTTI MADE IN ITALY

Cos'è il "Made in Italy"?

L'espressione "Made in Italy" descrive un prodotto di alta qualità che è stato creato in Italia, o che viene l' originariamente dall'Italia. Questi prodotti possono essere



venduti in altri paesi ad un prezzo più alto, grazie alla percezione di qualità e prestigio associata al marchio Made in Italy. Il nome Made in Italy è scritto in inglese invece che in italiano per una precisa scelta di marketing: questi prodotti sono diretti più all'esportazione che al mercato interno italiano, e rappresentano l'immagine dell'Italia all'estero. Non tutti i prodotti fatti in Italia hanno il diritto<sup>2</sup> di chiamarsi Made in Italy — è necessario fare domanda, usare materiali buoni e di qualità, e seguire la tradizione per ottenere una certificazione.<sup>3</sup> Di conseguenza, i prodotti Made in Italy hanno un ruolo importante nella creazione dell'idea di *cultura italiana*.

#### Domande di comprensione:

| Secondo l'articolo, cosa si intende per "Made in Italy"?  |
|---|
| Perché i prodotti "Made in Italy" possono essere venduti a un prezzo più alto?  |
| Perché, secondo l'articolo, il nome "Made in Italy" è scritto in inglese invece che in italiano?  Puoi pensare ad alcuni prodotti americani che hanno nomi in altre lingue? |
| Quali caratteristiche deve avere un prodotto per poter essere parte del "Made in Italy"?  |
|   |

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> venire = to come, come from

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> il diritto = *the right* 

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Per trovare piu` informazioni sul processo di certificazione del Made in Italy, guardare qui: <a href="https://madeinitaly.org/en/made-in-italy/certification-made-in-italy.php">https://madeinitaly.org/en/made-in-italy/certification-made-in-italy.php</a>

5. Secondo te, i prodotti "Made in Italy" creano un'idea particolare dell'Italia e della sua cultura? Puoi descrivere questa idea: com'è la cultura del "Made in Italy"?

### Attivita` con il Powerpoint

ITALIANO

Con un/a compagno/a, prova a indovinare se un prodotto è fatto in Italia, Made in Italy, o non italiano. Cerchia la tua risposta e sii preparato a spiegare il perché.



Aceto Balsamico di Modena
MADE IN ITALY

NON ITALIANO



ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



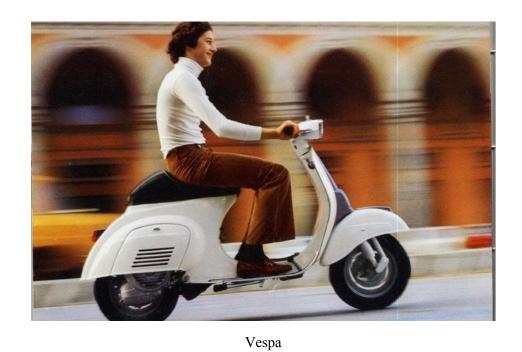
ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



Belgioioso Mozzarella
ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



Olive Garden
ITALIANO MADE IN ITALY



ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



United Colors of Benetton

ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO



Jeep ITALIANO MADE IN ITALY NON ITALIANO

Puoi pensare ad altri prodotti per ogni categoria?

| ITALIANO | MADE IN ITALY | NON ITALIANO |
|----------|---------------|--------------|
|          |               |              |
|          |               |              |
|          |               |              |
|          |               |              |

# ATTIVITÀ 4a | A CASA | Video di Sofia Gnoli

Guarda il video e scrivi le risposte alle domande.

| Prima ( | di guardare:  |  |  |  |
|---------|---|--|--|--|
| A.      | Segui la moda? Ti interessa? Perché / perché no?  |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
| В.      | Conosci già alcuni marchi di moda italiana? Quali?  |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
| Biogra  | D: Made in Italy - Storia della moda italiana - Le Pillole della Dante di Sofia Gnoli fia: Sofia Gnoli è una giornalista e storica della moda che lavora all'Università della Sapienza a nella facoltà di lettere e filosofia. <sup>4</sup> |  |  |  |
| Guarda  | a la prima parte del video (~0:00-2:00), e rispondi:  |  |  |  |
| 1.      | In quali anni lo stile italiano del "pret a porter" ha trovato un livello di fama internazionale?   |  |  |  |
| 2.      | Cos'è la moda "pret a porter"?  |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
| 3.      | Quale città era nel centro della produzione di "pret a porter"?   |  |  |  |
|         |   |  |  |  |
| Domar   | nde per la seconda parte del video (~2:00-3:38):  |  |  |  |

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Fonte: <u>https://www.lettere.uniroma1.it/users/sofia-gnoli</u>



La Sala Bianca, al Palazzo Pitti di Firenze, dove sono successe le prime sfilate italiane (orchestrate da Giovanni Battista Giorgini).

| 4. | Cerca la parola "sfilata" online. Come puoi definirla, con parole tue?  |  |  |
|----|---|--|--|
|    |   |  |  |
| 5. | In questi anni, il sarto è stato sostituito dallo stilista in popolarità. Qual è la differenza fra questi lavori, secondo te? |  |  |
|    |   |  |  |
| 6. | Chi era Beppe Modenese?   |  |  |
|    |   |  |  |

Domande per la terza parte del video (~3:38-6:19):

- 7. Valentino:
  - a. In quali anni ha trovato Valentino il suo successo nel mondo della moda?

|       | b.        | Com'era la sua formazione <sup>5</sup> ? Dove ha studiato la moda?   |
|-------|-----------|--|
| 8.    | Giorgio   | Armani   |
|       | a.        | Cosa voleva studiare Armani originariamente?   |
|       | b.        | Dove ha cominciato a lavorare con la moda?   |
|       | c.        | Per quale film Armani ha disegnato tutto il guardaroba dell'attore principale?   |
| Doman | de per la | quarta parte del video (~6:51-8:44)  |
| 9.    | Versace   | x:   |
|       | a.        | In quale città italiana ha lavorato la madre di Gianni Versace in sartoria?  |
|       | b.        | Come descrive Gnoli i vestiti di Versace?  |
| 10.   |           | ono tre altri nomi di "protagonisti" del Made in Italy nell'industria della moda?  |
|       |           |  |
|       |           |  |
|       |           |  |
| Doman | de per la | quinta parte e la conclusione (~8:44 alla fine):   |
| 11.   | In quale  | e paese vive chi ha comprato il marchio di Valentino?  |
| 12.   |           | ice che ora, la globalizzazione crea un "nuovo scenario" per la moda. Spiega, "Non o di Made in Italy, ma parliamo di Made in Italy <i>inteso come fenomeno</i> ." Cosa vuol dire, |
|       | secondo   | o te?  |
|       |           |  |
|       |           |  |
|       |           |  |

<sup>5 =</sup> education

| <b>T</b> | •    | 4   | _   |
|----------|------|-----|-----|
| Pα       | gina | - 1 | ٠,  |
| ı a      | gma  | 1   | - / |

| Pei | nsi che la moda abbia lo stesso valore sociale nel tuo paese quanto in Italia? |  |
|-----|--|--|
|     |  |  |



Scegli un protagonista della moda Made in Italy (per esempio: Gucci, Versace, Giorgio Armani, ecc.) e cerca sul suo sito web un'immagine di un vestito o un completo. Scrivi un commento dalla prospettiva di un/a critico/a di moda, seguendo queste domande:

- Ti piacciono questi vestiti? Li compreresti?
- Secondo te, questo prodotto è di alta moda, o fa schifo<sup>6</sup>?
- Quante stelle daresti a questo capo di abbigliamento<sup>7</sup> su cinque?

| Carica la tua foto e il tuo commento online su Moodle, quindi possiamo discutere le nostre scelte insieme. |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| La tua valutazione: / 5 *  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| VOCABOLARIO UTILE:   |  |  |  |
| L'abito = $dress$ , $suit$   |  |  |  |
| L'anello = ring  |  |  |  |
| La borsa = purse, bag  |  |  |  |

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Fare schifo = to be disgusting, revolting

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Il capo di abbigliamento = *article of clothing* 

Il bracciale / braccialetto = *bracelet* I calzini = socksIl cappello = hatIl cardigan La collana = necklaceI collant / Le calze collant = *tights*, *stockings* La cintura = beltIl completo = *outfit* Il costume da bagno = *bathing suit* La giacca = *jacket* La gonna = skirtLa maglia = *long-sleeved shirt, sweater*  $\rightarrow$  La maglietta = *T-shirt*  $\rightarrow$  Il maglione = *thick sweater* La moda = fashionGli occhiali = *glasses*  $\rightarrow$  Gli occhiali da sole = *sunglasses* Gli orecchini = *earrings* I pantaloni = *pants*  $\rightarrow$  I pantaloncini = *shorts* I sandali = sandalsLe scarpe = shoes→ Le scarpe eleganti / sportive / da ginnastica  $\rightarrow$  Le scarpe con il tacco / i tacchi = *high heels* Gli stivali = *boots* Il trucco = makeup

\_\_\_\_ moda

### GRAMMATICA – RIPASSO: GLI ARTICOLI INDETERMINATIVI

- Leggi bene il pdf Grammatica Gli articoli indeterminativi su Moodle
- Esercizi: 4.1 e 4.2 p. 21; 4.3, 4.4, e 4.5 p. 22 [controlla il pdf *Grammatica Soluzioni* p. 296]

| Z | ATTIVITÀ 5   Scrivi l'articolo <u>indeterminativo</u> corretto per ogni parola. |  |               |  |                |  |  |  |
|---|---|--|---------------|--|----------------|--|--|--|
|   | gelato  |  | amico         |  | macchina       |  |  |  |
|   | monumento   |  | caffè         |  | radio (f.)     |  |  |  |
|   | lingua  |  | famiglia      |  | cibo           |  |  |  |
|   | ristorante (m.)   |  | formaggio     |  | cinema (m.)    |  |  |  |
|   | città   |  | dialetto      |  | canzone (f.)   |  |  |  |
|   | sigaretta   |  | panorama (m.) |  | vino           |  |  |  |
|   | sport   |  | fumetto       |  | pizza          |  |  |  |
|   | televisione (f.)  |  | università    |  | lezione (f.)   |  |  |  |
|   | risotto   |  | giornale (m.) |  | religione (f.) |  |  |  |
|   | mafia   |  | chiesa        |  | amica          |  |  |  |

\_\_\_\_ cappuccino

libro di italiano

### GRAMMATICA – RIPASSO: GLI ARTICOLI DETERMINATIVI

- Leggi bene il pdf Grammatica Gli articoli determinativi su Moodle.
- Esercizi: 3.1, 3.2, e 3.3 p. 17; 3.4 e 3.5 p. 18; 3.6 e 3.7 p. 19 [controlla il pdf *Grammatica Soluzioni* pp. 295-296]

| regione $\rightarrow$ <u>le regioni</u> |  |
|---|--|
| modello produttivo $\rightarrow$        |  |
| Ferrari                                 |  |
| immigrato                               |  |
| protagonista →                          |  |
| stereotipo                              |  |
| invenzione                              |  |
| società                                 |  |
| vendita                                 |  |
| icona →                                 |  |
| connessione                             |  |
| stivale                                 |  |
| vestito                                 |  |
| crisi                                   |  |
| cibo italiano                           |  |
| azienda                                 |  |
| globalizzazione                         |  |
| investimento                            |  |
| fenomeno                                |  |
| valore                                  |  |
| prezzo                                  |  |
| utilità →                               |  |



# ATTIVITÀ 7 | Completa il testo con gli articoli <u>determinativi</u> corretti

| Ferrari è famosa nel Mondo per                 | _ sue auto formidabili e per        | vittorie nei           |
|--|-------------------------------------|------------------------|
| campionati di Formula 1 Ferrari è              | unica scuderia automobilis          | tica ad aver           |
| partecipato fin dall'inizio (nel 1950) a tutte | edizioni del Campionato             | del Mondo di           |
| Formula 1, ed è quella che ha riscosso         | _ maggiori successi: 16 volte Ca    | ampione del Mondo      |
| piloti, 17 volte Campione del Mondo costrut    | ttori, oltre 215 vittorie in Gran F | Premio.                |
|  |                                     |                        |
| due caratteristiche della Ferrari sono         | colore rosso della carrozz          | zeria e                |
| cavallino rampante nero su fondo giallo, che   | e era stato il simbolo dell'aviator | re Francesco Baracca   |
| (eroe della Prima Guerra Mondiale) e che Fe    | errari ha dipinto sulle proprie au  | to nel 1923, come      |
| portafortuna.                                  |                                     |                        |
|  |                                     |                        |
| "Rosse", così sono chiamate a volte _          | Ferrari, sono state guidate         | e da tutti più         |
| grandi piloti di sempre: Tazio Nuvolari, Juan  | n Manuel Fangio, Alberto Ascar      | ri, Phil Hill, Clay    |
| Regazzoni, Niki Lauda, Gilles Villeneuve, A    | Alain Prost, Michael Schumache      | er, Jean Alesi, Kimi   |
| Raikkonen, Fernando Alonso colore              | detto "rosso corsa" in realtà è d   | ovuto a una            |
| convenzione internazionale decisa dalla Fed    | erazione Internazionale dell'Au     | tomobile, ma nel       |
| tempo "rosso Ferrari" è diventato un           | marchio di fabbrica.                |                        |
|  |                                     |                        |
| Oggi presidente della Ferrari è Luca (         | Cordero di Montezemolo, ma          | società                |
| automobilistica nasce dalla passione per       | motori di Enzo Ferrari, che d       | comincia a lavorare    |
| come preparatore di auto da corsa per          | Alfa Romeo già nel 1929. Poi        | 1° settembre           |
| 1939 Ferrari fonda la Auto Avio Costruzion     | i, a Maranello, in provincia di M   | Iodena, ma è nel       |
| 1947 che inizia vera a propria costruz         | zione di automobili. Nel 1957 _     | ditta cambia il        |
| suo nome in Auto Costruzioni Ferrari e poi l   | Ferrari Spa, che nel 1975 entra a   | a far parte del gruppo |
| FIAT. Quando nel 1988 muore fonda              | tore e patron Enzo Ferrari,         | FIAT (un'altra         |
| società automobilistica) acquisisce 90         | 0% delle azioni.                    |                        |



A casa, cerca uno spot di un prodotto del Made in Italy su Youtube, e commenta seguendo queste domande:

- Ti piace questo spot? Perché si o perché no?
- Quale tipo di prodotto è pubblicizzato in questo spot?
- Cosa succede nello spot?
- Quali elementi culturali italiani (immagini, musica, ecc.) usa questo spot? Ci sono stereotipi?
- Questo spot è simile o differente dagli spot americani che conosci? Quali sono alcuni elementi simili o differenti?

| Puoi creare un commento scritto o un commento video sul forum di Moodle: [link]. |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |



#### "Made in Italy" di Vanni Codeluppi

Oggi il concetto di made in Italy è di complessa definizione. Letteralmente, un prodotto è "made in Italy" se viene costruito in Italia. Ma nell'attuale epoca sociale dominata dalla globalizzazione economica e dalla delocalizzazione produttiva esistono diverse percentuali possibili di realizzazione di un prodotto in un Paese. E non è facile riuscire a stabilire fino a quale percentuale sia possibile considerare un prodotto effettivamente "made" in quel Paese. Generalmente si tende a ritenere che un prodotto appartenga alla categoria del made in Italy se viene costruito in prevalenza in Italia. E per estensione possiamo considerare dunque il made in Italy come l'insieme dei prodotti il cui processo produttivo viene realizzato per la maggior parte nel nostro Paese.

Ma che dire della celebre Moka Bialetti, la cui produzione dal 2010 è stata interamente trasferita in Cina? Possiamo ancora considerarla un simbolo del made in Italy? È che dire degli abiti proposti dalle aziende e dagli stilisti italiani, che da tempo vengono in larga parte realizzati, per ragioni di costi, in Paesi stranieri? In questi casi siamo di fronte probabilmente ancora a dei prodotti made in Italy. Si tratta di prodotti di successo e dunque è evidente che alla fine anche ai consumatori non importa molto di dove il made in Italy venga realizzato. Quello che interessa loro, semmai, è di poter disporre di nuovi prodotti. Cioè di non dover trovare i simboli del made in Italy solamente andando a rovistare nel passato, nei mercati del vintage e della nostalgia. È evidente però che ormai da diverso tempo non accade più che delle nuove icone del design made in Italy ottengano un notevole successo sul mercato.

... [Ci sono] molteplici ragioni che hanno portato allo sviluppo di questo fenomeno[,] come ad esempio il fatto che negli scorsi decenni sono state prodotte numerose icone, con il risultato che oggi probabilmente ci troviamo in una situazione di "sovraffollamento iconico" nella quale i nuovi prodotti incontrano delle difficoltà ad emergere. Oppure la crescita nelle società contemporanee di un orientamento verso il "presente continuo", cioè verso una compressione e una omologazione del tempo e dello spazio. Ne deriva che si rende difficoltoso per qualsiasi prodotto entrare sul mercato e caratterizzarsi come qualcosa che è dotato di una natura differente. I nuovi oggetti dunque tendono a inseguire le mode del momento e «sono troppo intrappolati nel loro presente per essere icone.»

C'è però un fattore che è fondamentale nel mancato sviluppo odierno di icone del design italiano: ... il radicale cambiamento in corso del modello produttivo adottato dal sistema economico.

I prodotti del design italiano erano infatti delle invenzioni che venivano generate all'interno di un ambiente tecnologico di natura sostanzialmente meccanica. Dunque, come affermava il designer Vico Magistretti, potevano essere facilmente «raccontati al telefono». E venivano realizzati da piccole fabbriche artigianali o poco più. Ma oggi ciò non è più possibile. Un'icona del design odierno, ad esempio, è l'iPhone, che la Apple è riuscita a vendere in una decina d'anni in oltre un miliardo di esemplari, ma la cui realizzazione è stata resa possibile da un mostruoso investimento economico in ricerca e sviluppo, in parte sostenuto dallo Stato americano.

Perché un'icona del design deve essere sicuramente piacevole e memorabile sul piano estetico, ma deve anche saper funzionare efficacemente. Deve cioè essere in grado di fornire al consumatore delle prestazioni che lo soddisfino. Era così per la Moka Bialetti, in grado di fornire un ottimo caffè domestico, e lo è ancora oggi. Attualmente però, nell'era del digitale, le prestazioni richieste dai consumatori ai prodotti sono decisamente più numerose e sofisticate. E poche realtà aziendali possono permettersi di arrivare ai livelli d'investimento necessari a creare un'icona dei nostri giorni. La stessa Apple, d'altronde, ha lanciato il suo iPhone nel 2007 e da allora non è più riuscita a replicare con altri prodotti il grande successo ottenuto da questo smartphone.

Interrogarsi sulla crisi delle icone del design italiano [...] può sembrare un esercizio di scarsa utilità. Ma l'Italia, che non dispone di materie prime importanti e non possiede le grandi imprese in grado di sostenere gli investimenti economici in ricerca e sviluppo necessari a dare vita a delle nuove icone, deve necessariamente porsi questa questione. Deve chiedersi cioè come possa competere con gli altri Paesi in uno scenario in cui il modello produttivo prevalente è notevolmente mutato. E in cui, allora, occorre probabilmente riuscire a reinventare il concetto stesso di icona del design.

| 1. Oggi, tutti i prodotti Made in Italy sono fatti in Italia? Perché/perché no?   |
|---|
| 2. Pensi che sia vero che "alla fine anche ai consumatori non importa molto di dove il made in Italy venga realizzato"? [CONGIUNTIVO] |
|   |
| 3. L'icona [icon] del Made in Italy ha cambiato molto? Perché/perché no?  |
|   |

| 4. Cosa vuol dire "sovraffollamento iconico," e come impedisce nuovi prodotti da trovare successo sul mercato?   |
|--|
|  |
| 5. L'autore pone che le società contemporanee desiderano un "presente continuo." Come può questo desiderio affettare la creazione e il successo di nuovi prodotti?             |
|  |
| 6. Come ha cambiato il modello produttivo in anni recenti? Quali tipi di prodotti vengono desiderati adesso?   |
|  |
| 7. Perché è importante per Italia "interrogarsi sulla crisi delle icone del design italiano," secondo l'autore dell'articolo?  |
|  |
| 8. I prodotti "Made in" il tuo paese hanno un prezzo più alto, secondo te? Perché/perché non? Quali tipi d prodotti sono? Come sono diversi dai prodotti tipici Made in Italy? |
|  |
|  |
|  |