

**MINISTERUL EDUCAȚIEI  
ȘI CERCETĂRII  
AL REPUBLICII MOLDOVA**

**AGENȚIA NAȚIONALĂ  
PENTRU CURRICULUM ȘI  
EVALUARE**

Raionul

Localitatea

Instituția de învățământ

Numele, prenumele elevului

**LIMBA ITALIANĂ**

**PRETESTARE  
CICLUL LICEAL**

Profil real, umanistic, arte, sport

27 martie 2026

Timp alocat: 180 de minute

Rechizite și materiale permise: *pix cu cerneală albastră.*

**Instrucțiuni pentru candidat:**

- Citește cu atenție fiecare item și efectuează operațiile solicitate.
- Lucrează independent.

***Îți dorim mult succes!***

Punctaj acumulat \_\_\_\_\_



**Ambito Comunicazione**

**I. Valutazione della competenza comunicativa. Comprensione scritta - 30 punti.  
Leggete il testo e rispondete alle domande.**

**La sostenibilità in Italia tra consapevolezza diffusa e difficoltà di azione concreta**

La sostenibilità è ormai parte integrante del lessico quotidiano degli italiani, un concetto che ha conquistato un posto stabile nel dibattito pubblico e nelle strategie di imprese e istituzioni. Tuttavia, tra la crescente consapevolezza e la pratica concreta rimane un **divario** significativo. È questo il quadro che emerge dal nuovo studio “L’evoluzione della sostenibilità tra cultura, percezione e pratiche”, realizzato da Fondazione PwC Italia in collaborazione con JTI Italia e Arel, presentato il 4 settembre a Milano.

L’indagine, condotta su un campione rappresentativo di oltre mille cittadini, analizza come la sostenibilità venga compresa, percepita e **tradotta** nella vita di tutti i giorni, offrendo uno spaccato che riflette tanto l’evoluzione culturale del Paese quanto le difficoltà nell’adozione di comportamenti coerenti. Se da un lato l’82% degli intervistati dichiara di conoscere il significato di “sostenibilità”, dall’altro solo il 36% è in grado di darne una definizione corretta. La maggioranza (55%) tende a ridurla alla sola dimensione ambientale, mentre un ulteriore 9% fornisce risposte del tutto non pertinenti. Guardando al futuro, il 78% del campione si dice pronto a ridurre l’uso di plastica monouso e il 75% intende contenere i consumi non essenziali.

Lo studio mette in luce differenze significative tra fasce d’età, legate a esperienze formative e contesti culturali diversi. La Generazione Z (18–28 anni) si distingue per la riduzione dell’uso di plastica monouso (83%) e dei consumi superflui (79%). È anche la più disposta a pagare un premium price per prodotti sostenibili (86%) e la più sensibile alle tematiche sociali e all’inclusione.

I Millennials (29–44 anni) interpretano la sostenibilità come sobrietà ed equità. Tra i loro comportamenti prevalgono la riduzione dei consumi energetici (79%), l’acquisto da produttori locali (66%). Sono inoltre attivi sul fronte sociale: il 39% partecipa a iniziative di volontariato e il 60% si impegna in attività di formazione rivolte a persone vulnerabili.

La Generazione X (45–60 anni) lega la sostenibilità a una cultura della parsimonia domestica: riduzione degli sprechi, stagionalità negli acquisti e utilizzo di prodotti riutilizzabili. L’80% dichiara la volontà di ridurre i consumi energetici, un atteggiamento in linea con l’educazione alla responsabilità maturata tra gli anni ’80 e ’90.

Infine, i Baby Boomers (oltre 60 anni) praticano una sostenibilità silenziosa, basata sul non-spreco e sulla preferenza per soluzioni durature. Solo il 63% è disposto a pagare un prezzo maggiore per prodotti sostenibili, ma l’approccio pragmatico li rende tra i più coerenti nei comportamenti quotidiani.

Lo studio sottolinea come la sostenibilità abbia ormai conquistato una centralità valoriale, ma che la sua efficacia dipenda dalla capacità di essere declinata in azioni concrete e utili. I successi registrati su raccolta differenziata e riduzione della plastica monouso dimostrano che l’impegno attecchisce quando si intreccia con pratiche quotidiane e riferimenti culturali già presenti. La dimensione ambientale rimane però predominante, mentre quella sociale ed economica fatica a tradursi in comportamenti diffusi.

Da Forbes Italia:

<https://forbes.it/2025/09/05/sostenibilita-in-italia-tra-consapevolezza-e-difficolta-di-azione>

No.	Domande/ Risposte	Punteggio	
<b>I.</b>	<b>Cerchiate la lettera corrispondente alla risposta giusta per completare le affermazioni in base al testo.</b>	<b>4 punti</b>	
	<p><b>1. La sostenibilità in Italia è oggi...</b>  a. un concetto poco conosciuto.  b. parte del linguaggio giornaliero.  c. limitata solo al mondo accademico.</p> <p><b>2. Solo il 36% degli intervistati...</b>  a. pratica comportamenti sostenibili.  b. conosce il termine sostenibilità.  c. è in grado di definirla correttamente.</p> <p><b>3. La maggioranza degli italiani associa la sostenibilità...</b>  a. alla dimensione economica.  b. alla dimensione ambientale.  c. alla politica internazionale.</p> <p><b>4. La Generazione Z si differenzia per...</b>  a. il disinteresse verso i temi sociali.  b. l'alto consumo di plastica.  c. la riduzione dei consumi e della plastica.</p>	A 0 1  A 0 1  A 0 1  A 0 1	A 0 1  A 0 1  A 0 1  A 0 1
<b>II.</b>	<b>Identificate il senso delle parole evidenziate nel testo e definite qui sotto. Cerchiate la lettera corrispondente alla risposta giusta.</b>	<b>2 punti</b>	
	<p><b>1. La parola “divario” nel testo significa:</b>  a. una differenza o distanza.  b. un miglioramento.  c. un accordo.</p> <p><b>2. L’espressione “tradotta” (nella vita di tutti i giorni) significa:</b>  a. spiegata in teoria.  b. applicata concretamente nella quotidianità.  c. ignorata dalle persone.</p>	A 0 1  A 0 1	A 0 1  A 0 1
<b>III.</b>	<b>Rispondete alle domande scegliendo l’espressione giusta nel testo. Scrivetela nello spazio riservato.</b>	<b>4 punti</b>	

	<p>1. Qual è la principale difficoltà legata alla sostenibilità in Italia?</p> <hr/> <hr/> <p>2. Quale percentuale degli intervistati è pronta a ridurre l'uso di plastica monouso?</p> <hr/> <hr/> <p>3. Quali comportamenti caratterizzano i Millennials?</p> <hr/> <hr/> <p>4. Come si comportano i Baby Boomers rispetto alla sostenibilità?</p> <hr/> <hr/>	<p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p>	<p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p>								
<p><b>IV.</b></p>	<p><b>Associate le espressioni delle due colonne per formare frasi in base al testo. Scrivete la lettera pertinente nella tabella di sotto. Attenzione, nella colonna di destra c'è anche una risposta falsa!</b></p>	<p><b>4 punti</b></p>									
	<p>1. La sostenibilità oggi...</p> <p>2. Il 78% degli intervistati...</p> <p>3. I Millennials...</p> <p>4. I Baby Boomers...</p> <table border="1" data-bbox="293 1666 1315 1839"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> </tr> </table>	1	2	3	4	...	...	...	...	<p>a. è pronto a ridurre l'uso della plastica.</p> <p>b. praticano una sostenibilità basata sul non-spreco.</p> <p>c. è parte del dibattito pubblico.</p> <p>d. riducono i consumi energetici e comprano dalle aziende locali.</p> <p>e. non conoscono il significato del termine.</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p>	<p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p> <p>A 0 1</p>
1	2	3	4								
...	...	...	...								

V.	<b>Identificate le risposte giuste in base al testo. Cerchiate A se la risposta è ‘vero’, cerchiate B se la risposta è ‘falso’. Giustificate la risposta con frasi del testo, trascrivendole nello spazio riservato sotto.</b>	<b>6 punti</b>									
	<p>1. La maggioranza degli italiani conosce perfettamente il significato di sostenibilità. A. Vero B. Falso</p> <hr/> <p>2. Generazione X è caratterizzata da comportamenti legati al risparmio domestico. A. Vero B. Falso</p> <hr/> <p>3. La dimensione sociale della sostenibilità è la più sviluppata in Italia. A. Vero B. Falso</p> <hr/>	A 0 1 2  A 0 1 2  A 0 1 2	A 0 1 2  A 0 1 2  A 0 1 2								
VI.	<b>Rimettete in ordine le idee più importanti del testo letto. Scrivete nella tabella le lettere corrispondenti alla risposta giusta (A, B, C, D).</b>	<b>8 punti</b>									
	<p>A. Differenze tra generazioni nei comportamenti sostenibili. B. Diffusione del concetto di sostenibilità in Italia. C. Difficoltà nel passare dalla teoria alla pratica. D. Importanza delle azioni concrete nella vita quotidiana.</p> <table border="1" data-bbox="240 1413 1302 1615"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> <td>...</td> </tr> </table>	1	2	3	4	...	...	...	...	A 0 2 A 0 2 A 0 2	A 0 2 A 0 2 A 0 2
1	2	3	4								
...	...	...	...								
VII.	<b>Cerchiate la lettera della frase che esprime l’idea principale del testo.</b>	<b>2 punti</b>									
	<p>a. La descrizione delle generazioni italiane. b. L’analisi della sostenibilità in Italia tra consapevolezza e difficoltà pratiche. c. Un confronto tra economia e ambiente.</p>	A 0 2	A 0 2								



		2	2
		3	3
		0	0
		1	1
		0	0
		1	1
		2	2
		3	3
		4	4
		5	5
		6	6
		7	7
		8	8
		9	9
		10	10
		11	11
		12	12
		0	0
		1	1
		2	2
		3	3
		4	4

**Ambito Cultura.**

**III. Valutazione delle competenze (pluri/inter)culturale e comunicativa. Produzione scritta – 30 punti.**

**Scrivete un testo di 100-110 parole in conformità al compito richiesto.**

I.	Item	30 punti	
	<p>Come membro del Club italiano, dovete presentare il ruolo dei mass-media in Italia.  <b>Scrivete un articolo per un giornale locale in cui descrivete i mass-media italiani e la loro importanza nella società.</b> Seguite le indicazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentate i principali tipi di mass-media in Italia (televisione, stampa, internet, radio).</li> <li>• Spiegate, analizzando almeno tre esempi, come i mass-media influenzano l'opinione pubblica.</li> <li>• Descrivete il ruolo e le funzioni dei mass-media nella vita quotidiana degli italiani.</li> </ul>		

