

Copie anonyme - n°anonymat : 510193



Z2-00102
510193
ELVI_LVB

Code épreuve : 76 AR

Nombre de pages : 5

Session : 2026

Épreuve de : italien LVB

Consignes

- Remplir soigneusement l'en-tête de chaque feuille avant de commencer à composer
- Rédiger avec un stylo non effaçable bleu ou noir
- Ne rien écrire dans les marges (gauche et droite)
- Numéroté chaque page (cadre en bas à droite)
- Placer les feuilles A3 ouvertes, dans le même sens et dans l'ordre

III) Thème

Per il governo che ha fatto della difesa del « made in Italy » uno dei suoi obiettivi, la vicenda è piuttosto un disagio. Le grande marche del lusso italiano come Gucci, Versace, Dolce & Gabbana o ancora Ferragamo sono puntate dal dito dalla giustizia per lavorare con sotto-trattanti che non rispettano la dignità di certi dipendenti. Giovedì 4 dicembre, il tribunale di Milano ha annunciato l'estensione dell'inchiesta, aperta nel 2024, a 13 grandi nomi della moda. Nella regione di Firenze dove si trovano numerose industrie d'abbigliamento a destinazione di grande marche, operai cinesi ma anche pakistani o senegalesi lavorano a dei ritmi infernali per guadagnare salari bassissimi. « Il caporalato non può diventare la norma nel settore della moda, dove i sotto-trattanti continuano a sfruttare la miseria umana », spiega Alessandro Piccioni, in carica della federazione degli operai del tessile alla CGIL.

I) RAC

Il 14 aprile 2025, un giorno prima della Giornata nazionale del made in Italy, agro24.it sottolinea le difficoltà del made in Italy di domani. Ha ancora un valore tangibile o è diventato solo un simbolo culturale? I due articoli concordano nel sottolineare il made in Italy come valore tanto simbolico quanto concreto del Bel Paese.

Prima di tutto, il made in Italy ha un valore simbolico. Infatti è il simbolo dell'artigianato inimitabile che si trasmette attraverso le generazioni. Così, il made in Italy è un punto di riferimento a livello mondiale come la casa storica della famiglia Attoliri che ha vestito molte persone importanti (doc 2). D'altronde, i prodotti made in Italy sono i terzi preferiti dei consumatori. Grazie a questa diffusione dei prodotti, il made in Italy contribuisce a proiettare la cultura italiana e quindi a rafforzare il soft power italiano. Il made in Italy tramanda attraverso il mondo l'identità italiana (doc 1).

Tuttavia, il made in Italy non ha solo un valore simbolico ma anche un valore molto concreto. Il made in Italy costituisce una grande parte dell'export dell'Italia rappresentando $1/3$ del Pil nazionale (doc 1). La campagna da sola conta più di 27 mila imprese per un fatturato oltre a 15 miliardi di euro (doc 2). In totale il made in Italy ha un valore concreto di 112,6 miliardi di euro in valore aggiunto. Per di più, il made in Italy è un'opportunità di sviluppo sostenibile perché sostiene l'innovazione e i mestieri artigianali; costituisce per

L'Italia un vantaggio nella transizione ecologica e di fronte alla crisi climatica.

Insomma, se il made in Italy ha un valore simbolico molto forte e diffuso, ha anche un valore concreto confermandosi come motore di crescita del Paese. Comunque alcune delle problematiche moderne costituiscono delle sfide per il made in Italy chiedendo di trovare soluzioni durature.

II) Essai

« Noi italiani abbiamo un'occhio e un gusto educati al bello. » ha dichiarato Toni Belloni, direttore di CVMH in Italia, per difendere l'eccellenza del "made in Italy". Purtroppo, i fenomeni che colpiscono il Bel Paese come la crisi climatica o l'inverno demografico rischiano d'indebolire il valore simbolico e concreto del "made in Italy".
Quindi l'Italia bisogna identificare le sfide del "made in Italy" per trovare soluzioni adeguate e fare dell'eccellenza italiana un modello da seguire.

+17

In primo luogo, quali sono le sfide del "made in Italy"? Mi sembra possibile di determinare 3 sfide maggiore. Prima c'è la sfida ambientale: di fronte all'esaurimento di certe risorse il made in Italy va a reinventarsi rivolgendosi a dei modi produttivi più sostenibili. L'Italia e le sue imprese devono realizzare la transizione ecologica se vogliono sopravvivere. In seguito all'ambiente c'è la sfida tecnologica. Infatti il rapporto Centro Studi di Confindustria ha mostrato che il tessuto d'impresa italiane soprattutto a gestione familiare manca di competitività internazionale perché da un lato le imprese sono piccole e dall'altro lato non sono abbastanza moderne. Il made in Italy deve integrare le nuove tecnologie come l'IA. Infine c'è una sfida molto caratteristica dell'Italia: la mancanza di manodopera. Questa mancanza è dovuta a due fenomeni preoccupanti: il disinteresse dei giovani per l'artigianato e il saldo naturale negativo coniugato con le leggi stritte sull'immigrazione. Infatti la nuova generazione non si forma più all'artigianato quindi non c'è più nessuno a chi trasmettere il sapere antico del made in Italy che rischia allora di scomparire (dce 2). D'altronde, il saldo negativo entra in contrapposizione con le misure contro l'immigrazione il che conduce alla mancanza di manodopera ma anche al sfruttamento dei migranti illegali, questo

Copie anonyme - n°anonymat : 510193

Emplacement
QR Code

Code épreuve : 76AR

Nombre de pages : 5

Session : 2026

Épreuve de : italien LVB

Consignes

- Remplir soigneusement l'en-tête de chaque feuille avant de commencer à composer
- Rédiger avec un stylo non effaçable bleu ou noir
- Ne rien écrire dans les marges (gauche et droite)
- Numéroté chaque page (cadre en bas à droite)
- Placer les feuilles A3 ouvertes, dans le même sens et dans l'ordre

è il caporalato che consiste a assumere migranti a salari bassi che lavorano in condizioni non accettabili. Il caporalato è il risultato della ricerca di sempre più grande feturato et del "strabismo legislativo" dello Stato che non vuole sviluppare lo ius soli e lo ius scholarae pur essendo fermato sullo ius sanguinis.

In secondo luogo, le sfide del made in Italy essendo identificate, bisogna determinarne le soluzioni. Di fronte alla contrapposizione tra i bisogni di manodopera e le leggi sull'immigrazione, l'azione si deve fare a livello statale. Il parlamento deve fare evolvere il diritto alla cittadinanza per mettere un termine al caporalato che va contro l'immagine d'eccellenze del made in Italy e deve aumentare il numero di immigranti autorizzato per anno fissato dal decreto flussi. Per quanto riguarda la gioventù, sarebbe possibile sviluppare gli incentivi per lavorare nell'artigianato: creare luoghi di formazione, mettere in atto un tirocinio obbligatorio. Qualche impresa l'ha già fatto come una sartoria napoletana che sviluppa la propria scuola sartoriale interna. C'è anche LVMH che sotto l'influenza di Belloni sviluppa un progetto di formazione chiamato "Mestieri d'Eccellenze" e che punta a promuovere l'artigianato presso ai giovani. Per di più, il made in Italy rappresenta un'opportunità maggiore per la transizione ecologica. Infatti è un vero modello di sostenibilità

che concilia tradizione e modernità. Si può riferire
allo Slow Food che promuove un cibo buono, pulito e
giusto; movimento tipico del made in Italy, col di
là di essere un'influenza internazionale, la prima
al mondo (doc 4), la cultura italiana e soprattutto
il made in Italy è motore di speranza in materia
di sostenibilità.

Insieme, il made in Italy è certo
confrontato a delle sfide non trascurabili ma il
Paese dispone di tante risorse e modi per contrastarle
affinché rimani un modello da promuovere.

