



Simulazione CELI 4 - C1

Comprensione scritta

Livello C1

Modello certificazione CELI 4 - Livello C1 - Prova di comprensione della lettura Parte A.1

Indicare nel foglio delle risposte la lettera A, B, C o D corrispondente alla risposta scelta.

TESTO 1

Titolo: **LA MORTE DI FIORUCCI**

Ottant'anni portati con la freschezza, la leggerezza e la curiosità di un ragazzino. Il mondo della moda piange Elio Fiorucci, l'antesignano degli stilisti italiani, l'uomo che si è sempre definito "imprenditore della moda" e che ha firmato uno dei grandi capitoli dello stile "made in Italy" noto come il "fioruccismo". Giramondo, affascinato da tutto ciò che era espressione di libertà e di creatività, nel '65 ha fatto un viaggio a Londra, per immergersi nell'atmosfera della Swinging London, con tutte le novità di Carnaby Street, la minigonna di Mary Quant, lo straordinario negozio di Biba.

E lui, Elio, figlio di un commerciante di pantofole, una volta tornato in Italia, ha deciso di aprire il suo store, con abiti che rappresentavano un'alternativa alla moda borghese e perbenista. I suoi jeans aderenti che mostrano provocatoriamente le forme, i montoni ricamati che andava a prendere in India e che profumava di Pachouli per mimetizzare l'odore della concia, le camicie militari prese ai mercatini, gli hot pants, le sue ironiche t-shirt andavano a ruba. Erano gli anni che precedevano il '68 con la contestazione studentesca, ma il suo negozio era frequentato da giovani senza distinzioni di sorta. Amavano la moda felicemente trasgressiva di Elio, e i suoi fans, i "fioruccini", rappresentavano un vero e proprio esercito. Fiorucci era amato in Italia, ma anche a New York e poi a Los Angeles, aveva lasciato il segno con i suoi negozi, polo di attrazione di cantanti come Madonna e artisti come Keat Harring, che poi ha invitato a Milano per "graffittare" in una notte il suo negozio in San Babila. Grazie alle sue potenti antenne e al suo fiuto infallibile, Elio Fiorucci era capace di scovare talenti e offrire i suoi negozi come trampolino di lancio. Non era uno stilista, ma il suo impatto sul mondo della moda è stato pari a quello degli stilisti. E la sua fama da Milano si è irradiata nel mondo. E non a caso il suo nome, con la sua storia straordinaria, figura nelle bibbie della moda e nelle scuole si studia il "caso" Fiorucci.

Un fenomeno che ha vissuto sulla cresta dell'onda fino alla fine degli anni '80, poi il marchio Fiorucci ha avuto traversie economiche, ma lui, Elio, ha sempre fatto notizia. Pacato, sorridente, imprevedibile, con un linguaggio sempre affascinante, veniva spesso invitato a parlare di giovani e moda, a dare il suo parere sui nuovi fenomeni di costume. Negli ultimi anni, passava parte delle vacanze in Svizzera, alle terme, per ritemprare anima e corpo.

Ma era sempre attivo e tra le sue ultime attività c'era quella che si intitola love therapy, un nome che rifletteva la sua filosofia di vita.

A Milano tutti, stilisti compresi, lo ricordano con grande affetto e riconoscenza.

di Laura Asnaghi / da La Repubblica. It 21 luglio 2015



1. Elio Fiorucci è stato...
 - A. uno stilista italiano che ha preso spunto dalle tendenze inglese e americane.
 - B. un imprenditore italiano che negli anni sessanta si è ispirato a nuove tendenze della moda straniera.
 - C. il primo imprenditore italiano a prendere spunto dalle nuove tendenze della moda londinese.
 - D. uno stilista italiano che ha creato nuove tendenze ancora prima di quelle della moda inglese.

2. Gli abiti “felicitamente trasgressivi” di Fiorucci cominciarono ad avere successo...
 - A. durante la rivoluzione studentesca.
 - B. già prima della rivoluzione studentesca.
 - C. solo dopo l’inizio della rivoluzione studentesca.
 - D. negli anni settanta.

3. Fiorucci è diventato famoso ed è “studiato” perché...
 - A. è uno dei pochi stilisti che era pronto a riconoscere il talento in altri stilisti.
 - B. pur non essendo uno stilista e avendo successo soltanto in Italia, ha creato uno stile unico.
 - C. non era uno stilista, ma sapeva riconoscere il talento negli stilisti e ha avuto un grande successo.
 - D. ha avuto grande successo soprattutto all’estero.

4. Dopo gli anni 80 l’azienda di Fiorucci...
 - A. ha avuto difficoltà economiche, ma lui è rimasto famoso.
 - B. ha avuto difficoltà economiche e lui si è ritirato dalla scena pubblica.
 - C. ha avuto difficoltà economiche da cui Fiorucci si è ripreso dopo diversi anni.
 - D. è entrato in una crisi da cui non è si è più ripresa.

5. Negli ultimi anni della sua vita Fiorucci...
 - A. ha vissuto in Svizzera.
 - B. ha passato una parte del suo tempo in Svizzera.
 - C. è andato una volta in Svizzera per fare soggiorni termali.
 - D. è morto in Svizzera.



Testo 2

Titolo: FENOMENO DARSENA

Oltre 200 mila persone nel corso dei quattro grandi eventi organizzati nei primi due mesi della nuova Darsena; affari su dal 30 fino al 50 per cento per i circa 150 negozi del Ticinese, dai Navigli alle Colonne; ricavi in crescita del 25 per cento anche per gli operatori del nuovo mercato coperto. Se misurare l'euforia della città dal 26 aprile in avanti è possibile, l'unico indicatore utilizzabile sono i numeri delle presenze, conflagrati mercoledì sera, a sorpresa, nella festa delle lanterne: 80 mila persone per gli organizzatori dell'Unione buddhisti italiani (che ieri hanno chiesto scusa per averne preventivate solo 150 alla questura), 46 mila per le fonti ufficiali di polizia. Dati che seguono le 50 mila presenze dell'inaugurazione; le 20 mila del corteo post devastazione della May day «Nessuno tocchi Milano»; le 120 mila della tre giorni di fiera Navigami, dall'8 al 10 maggio; le 15 mila del concerto di Emis Killa. (...).

«Milano è stregata dalla Darsena» giubila il vicesindaco Ada Lucia De Cesaris all'indomani di un evento «dalla portata inaspettata» (la notte delle lanterne!). Così inatteso da tutti che i vigili coordinati dalla centrale operativa di piazza Beccaria hanno dovuto spostare tredici pattuglie verso il Ticinese, rispetto alle due preventivate. Il 118, non appena compresa la portata dell'evento (in sé peraltro «deludente» leggendo i commenti sui social network), ha fatto uscire tre ambulanze e l'Atm è intervenuta subito vista «l'emergenza» per interrompere alcune linee (tram 3, 19 e 9), organizzare bus sostitutivi e inviare addetti alle fermate per assistere i passeggeri, dalle 20.30 in avanti. Due ragazze sono state ripescate dall'acqua dal Nucleo sommozzatori della polizia locale mentre tentavano il guado. Dal sindacato Uil dei vigili, Fabrizio Caiazza spiega: «Abbiamo inviato tutte le pattuglie disponibili, tolte dal sito Expo, per creare viabilità alternative. Iniziativa bella ma sottovalutata: c'è stato un superlavoro per i colleghi». I più arrabbiati sono i residenti: «Non si riusciva a uscire di casa, le strade erano intasate anche per i pedoni, la gente sveniva a terra». Bisogna subito regolamentare una movida già diventata ingestibile. Problemi che da Palazzo Marino assicurano di avere ben presenti: «Con il regolamento d'uso del porto interverremo per gestire al meglio gli eventi in un luogo che ha cambiato la geografia cittadina». Per il resto sono solo complimenti. Dal nuovo mercato coperto del Ticinese, l'ex fiduciario, il macellaio Adriano Serrandrei, uno dei 20 operatori esulta: «Il mercato è tornato vivibile, la zona è ripulita, ci sentiamo più sicuri - spiega - gli spazi sono nuovi e gli affari crescono. Abbiamo meno clienti che fanno la spesa ma più piccoli acquisti». Solo 5 o 6 si lamentano. «Con la chiusura di un anno e mezzo per i lavori abbiamo perso i clienti abituali. E non ci sono posteggi».

I più felici, naturalmente sono gli esercenti. Basti pensare a Giuseppe Gissi, vicepresidente Epam, l'associazione dei pubblici esercizi, che a febbraio si è visto scoppiare una bomba carta nel locale a poche decine di metri nel «fortino» di via Gola e che oggi si gode una rinnovata vivibilità. O il suo collega ristoratore Michele Berteramo, Epam, anche vicepresidente dell'associazione Naviglio Pavese: «Il primo mese è stato un boom eccezionale, gli affari sono tornati ai livelli pre-crisi, siamo un'isola felice a differenza di molti colleghi in altre zone. Il secondo mese è andato un po' peggio. Ora avanti con le pedonalizzazioni, di cui va dato merito al Comune. Anche i residenti capiscano - conclude - che «accendendo la luce» la sicurezza ci guadagna».

di Giacomo Valtolina / da Il Corriere della Sera



6. Nel complesso la nuova Darsena è stato un successo...
 - A. per l'importanza degli eventi e per l'entusiasmo degli abitanti.
 - B. per la soddisfazione dei negozianti e dei visitatori.
 - C. per l'euforia dei residenti per il nuovo aspetto della Darsena.
 - D. per i nuovi negozi e i loro guadagni in crescita.

7. La notte delle Lanterne ha attirato più persone di quanto...
 - A. tutti si aspettassero.
 - B. i residenti si aspettassero.
 - C. i negozianti si aspettassero.
 - D. i cittadini si aspettassero.

8. Secondo i residenti la notte delle lanterne è stato...
 - A. un evento che ha creato difficoltà, ma per il resto la zona è vivibile.
 - B. un evento eccezionale che non si ripeterà.
 - C. un evento che ha creato difficoltà e che conferma i problemi che sono legati alla vita notturna in questa zona.
 - D. un evento con incidenti che li ha spaventati.

9. I politici pensano che si possano risolvere i problemi...
 - A. regolando gli eventi legati alla Darsena.
 - B. gestendo meglio il mercato che ha luogo alla Darsena.
 - C. controllando meglio gli eventi che hanno luogo alla Darsena.
 - D. con un nuovo regolamento che cambia anche la distribuzione di istituzioni e negozi nella zona.

10. Gli esercenti si augurano che in futuro...
 - A. si torni ai livelli di vendita degli anni ottanta.
 - B. si organizzino più eventi.
 - C. si amplino le zone pedonali.
 - D. si renda la zona più sicura con dei controlli speciali.



Soluzioni

Testo 1: 1B 2B 3C 4A 5B

Testo 2: 6B 7A 8D 9C 10C