

Unità 6: SCUSI, MI SA DIRE...

1. Completa le frasi con **quello**. Alcune volte è possibile usare anche **questo**.

1. _____ scienziati sono davvero dei geni!
2. _____ ragazzi sono arrivati primi alla gara.
3. Quanto costano _____ pantaloni?
4. _____ fiori sono molto profumati.
5. _____ albergo è di lusso.
6. Ti piace _____ cintura?
7. _____ bottiglia è piena.
8. Non mi piace proprio _____ scialle!
9. _____ giornalisti sono molto bravi.
10. _____ camicia è sporca.
11. Che ne dici di _____ stivali?
12. _____ pantaloni sono larghi.
13. _____ gonna è corta.
14. Voglio provare _____ impermeabile.
15. _____ stivali sono troppo cari.



2. Come si chiamano questi colori?



1. _____



2. _____



3. _____



4. _____



5. _____



6. _____



7. _____



8. _____



9. _____

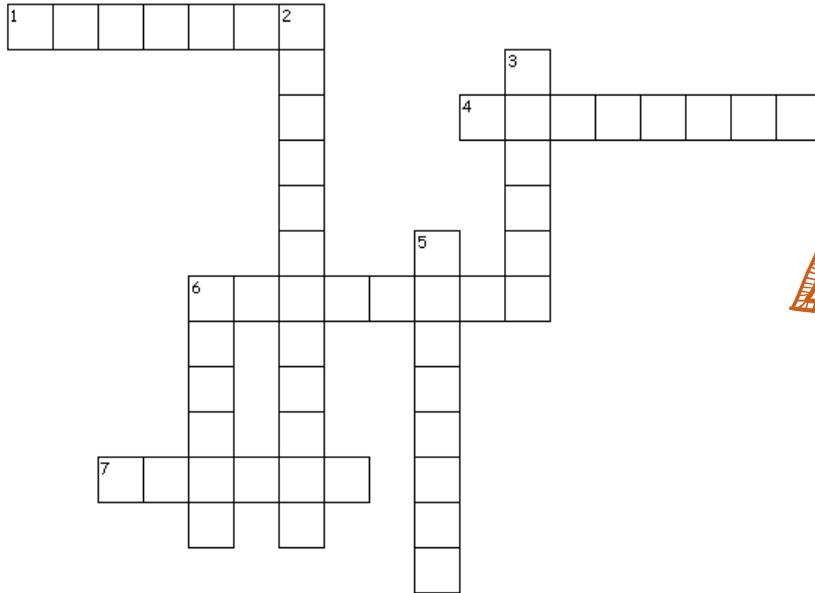


10. _____



3. Cruciverba

Indicazioni stradali



Orizzontale



1.



4.



6. _____ le scale



7. _____ a destra

Verticale



2. _____ la strada



3. _____ dritto



5.



6. _____ le scale

4. Completa le frasi con le parole che hai inserito nel cruciverba.

1. _____ sempre dritto fino all' _____ e poi _____ a destra.
2. _____ le scale, poi _____ a sinistra.
3. _____ la piazza e _____ dritto fino a Via Matteotti.
4. Al _____ gira a sinistra, continua dritto fino alla _____, poi gira a destra i Via dei Gracchi, l'albergo è lì.

5. Come si chiamano questi negozi e che cosa puoi comprare?



8. Leggi il testo e rispondi alle domande.

E-commerce: 75% degli italiani fa "showrooming", cerca in negozio e compra online

28 maggio 2015

Le motivazioni per comprare online

Per il consumatore italiano la possibilità di ricercare prezzi migliori rimane la motivazione principale nella scelta dei canali digitali.

Prezzi più bassi/migliori offerte rispetto al negozio

67%

Posso fare acquisti online 24 ore su 24, 7 giorni su 7

47%

È più facile confrontare e cercare prodotti/offerte rispetto al negozio

31%

Posso trovare certi prodotti solo online

29%

Non c'è bisogno di recarsi al negozio

28%

Migliore scelta di prodotti rispetto al negozio

24%

È più facile cercare un marchio/prodotto specifico

22%

Possibilità di ricevere promozioni via e-mail o SMS (ad es. buoni sconto/voucher)

14%

Recensioni dei clienti sui prodotti disponibili online

13%

Migliori informazioni sul prodotto rispetto al negozio

9%

Dispongo di più opzioni per restituire la merce

6%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%

● Globale ● Italia

GE
57%*

FR
44%*

UK, US
33%*

US
20%*

Entrare in un negozio, provare e toccare con mano i prodotti è un'abitudine che agli italiani continua a piacere: il 38% va ogni settimana in un negozio, contro il 25% che utilizza il PC, il 13% il tablet e il 12% lo smartphone. E il negozio conquista anche un nuovo ruolo poiché i consumatori sono sempre più propensi* ad utilizzarlo come vetrina per poi comprare online, spinti dalla convenienza di prezzo.

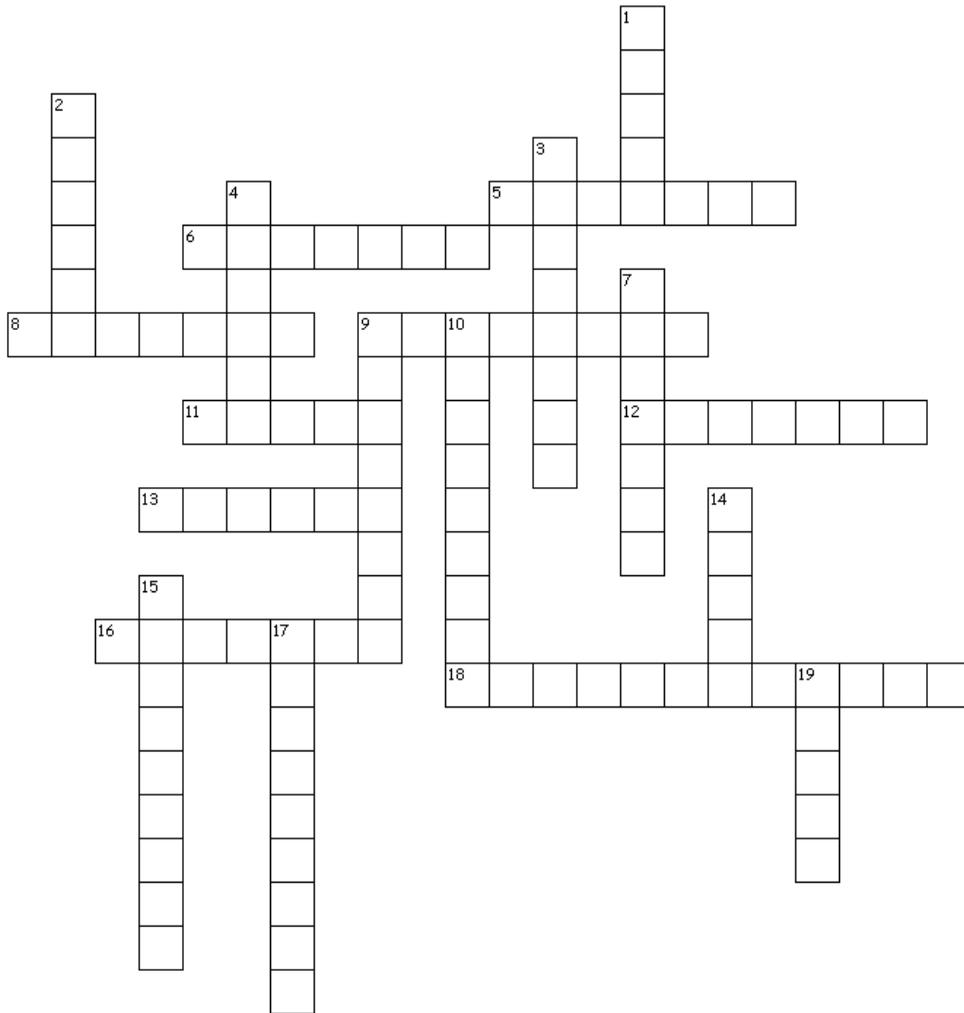
(riadattato da <http://www.techeconomy.it/2015/05/28/commerce-75-degli-italiani-fa-showrooming-cerca-in-negozi-compra-online/>)



* **Parole sconosciute:**
propenso: favorevole, incline, portato.

1. Discuti il grafico con il tuo compagno.
2. Pensi che a causa degli acquisti online i negozi tendono a sparire?

Capi e accessori di abbigliamento



Orizzontale



5.



6.



8.



9.



11.



12.



13.



16.



18.

Verticale



1.



2.



3.



4.



7.



9.



10.



14.



15.



17.



19.