

Le frodi alimentari

Les imitations de produits agroalimentaires italiens ont augmenté de 70 % au cours des dix dernières années.

Script

Il conduttore del telegiornale: Adesso parliamo delle frodi alimentari, le imitazioni più eclatanti nel piatto del falso *made in Italy* nel mondo che negli ultimi dieci anni è aumentato del 70 per cento. Massimo Mignanelli.

Il giornalista, fuori campo: Dal *parmesan* russo al *perisecco* della Germania, dal *formaggio romano* degli Stati Uniti al *bovizola* ungherese fino all'ultima la 'nduja dello Yorkshire, sono solo alcune delle imitazioni del *made in Italy* all'estero dove due prodotti alimentari su tre non hanno niente a che fare con la produzione nazionale. Un fenomeno in crescita che secondo la Coldiretti provoca un danno di 100 miliardi e fa perdere 300.000 posti di lavoro. Sono prodotti con nomi uguali o simili ma qualità e garanzia di sicurezza molto diversi da quelli originali, in gran parte esposti al Tuttofood alla Fiera di Milano.

Elisabetta Monte Sissa, Coldiretti: Abbiamo il *romano*, un falso pecorino romano prodotto negli Stati Uniti che nulla ha a che vedere con la nostra eccellenza ma non viene nemmeno fatto con il latte di pecora, così come il *wine kit* che vuole imitare la valpolicella e viene fatto solo con delle polveri e l'uva non l'ha nemmeno vista.

Il giornalista, fuori campo: I prodotti più imitati sono i formaggi, i salumi, le conserve, i nostri vini. A differenza del settore della moda, copiare con denominazioni improbabili sono soprattutto i paesi più sviluppati come Stati Uniti, Australia e Canada.

Ma nonostante tutto, questa è anche una conferma del successo del *made in Italy* a tavola che nel 2018 ha raggiunto il record delle esportazioni.

Objectifs et démarche pédagogique

Liens avec le programme culturel du cycle terminal

- Première : Identités et échanges
- Terminale : Espaces et échanges

CECRL

Peut comprendre une grande partie des programmes télévisés sur des sujets d'intérêt personnel, tels que brèves interviews, conférences et journal télévisé si le débit est relativement lent et la langue assez clairement articulée. – **Écouter, B1**

Peut comprendre la plupart des journaux et magazines télévisés. – **Écouter, B2**

Peut écrire des textes articulés simplement sur une gamme de sujets variés dans son domaine en liant une série d'éléments discrets en une séquence linéaire. – **Écrire, B1**

Peut écrire des textes clairs et détaillés sur une gamme étendue de sujets relatifs à son domaine d'intérêt en faisant la synthèse et l'évaluation d'informations et d'arguments empruntés à des sources diverses. – **Écrire, B2**

Peut émettre ou solliciter un point de vue personnel ou une opinion sur des points d'intérêt général. – **Parler, B1**

Peut enchaîner des arguments avec logique. – **Parler, B2**

Contenu lexical

- Les produits alimentaires
- La contrefaçon

Démarche proposée

ENTRAÎNEMENT À LA COMPRÉHENSION DE L'ORAL : FICHE D'ACTIVITÉS

ANTICIPATION

- 1. Montrer l'image figée qui introduit la séquence pour faire le travail d'anticipation proposé au début de la fiche d'activités. Fournir le vocabulaire qui manque pour que les élèves puissent s'exprimer. Noter au tableau les éléments qu'ils proposent.
- 2. On demande aux élèves d'émettre des hypothèses sur le sujet et le contenu de la vidéo à partir de l'image et du titre de la séquence.

COMPRÉHENSION

- 1. Les élèves lisent tout d'abord les questions afin d'anticiper le contenu avant l'écoute. Elles contiennent souvent des informations précieuses qui peuvent les aider à comprendre l'enregistrement. Cette étape permet d'introduire ou de préciser le lexique en fonction des besoins de la classe.
- 2. Visionner le reportage pour travailler la compréhension, en faisant des pauses régulières pour que les élèves puissent repérer les informations et noter leurs réponses. Montrer plusieurs fois le reportage ou les extraits selon les besoins de la classe.

TÂCHE FINALE

- Les élèves utilisent les informations contenues dans le reportage comme point de départ à une réflexion sur le problème présenté dans le reportage.

ÉVALUATION DE LA COMPRÉHENSION DE L'ORAL CYCLE TERMINAL (GRILLE À LA FIN DU CORRIGÉ)

- Le reportage étant d'une durée inférieure à 1'30, il peut faire l'objet d'une évaluation de la compréhension de l'oral pour les classes de lycée.
- Le titre du document est communiqué aux élèves.
- On procède à trois écoutes de l'enregistrement, séparées chacune d'une minute.
- Les élèves disposent ensuite de dix minutes pour rendre compte par écrit en français de ce qu'ils ont compris.

Compléments

Manuels

- *Piacere!* Niveau 4, *Il made in Italy*, p. 104-105.
- *Tutto bene!* Terminale, *unità 1, lezione terza, Made in Italy*, p. 16-17.
- *Strada facendo, unità 7, L'Italia a tavola*, p. 144-158.
- *Tutto bene!* Première, *unità 8, lezione terza, Le vie del gusto*, p. 142-143.

TVLangues

- Revue n° 31, séquence 7, *Una controversia a colpi di vignette*.
- Revue n° 37, séquence 11, *Falso olio made in Italy*.
- Revue n° 38, séquence 10, *L'italian sounding*.

Corrigé des activités

ANTICIPAZIONE

A. Immagine che introduce il servizio.

1. Quali prodotti si vedono? **Delle penne (tipo di pasta), il parmesan, il romano.**
2. I prodotti hanno nomi italiani? In Italia avrebbero questi nomi? **Sì per le penne. No per il *parmesan*, in italiano si dice *parmigiano*.**
3. Sono stati prodotti in Italia? **Non sono stati prodotti in Italia, ma in Australia, in Russia, negli Stati Uniti.**
4. Quali elementi sulle etichette ricordano l'Italia? **Sulla confezione di penne, il colore verde e il rosso. Sul *parmesan*, il viso di Garibaldi e i colori verde, bianco, rosso con il *parmigiano*, il basilico e il pomodoro.**
5. Perché hanno dei nomi che sembrano italiani tutti questi prodotti? **Per imitare i nomi dei prodotti italiani.**

B. Immagine e titolo. **Expression libre.**

COMPRENSIONE

A. Comprensione globale

1. Rileva nel video le parole che riguardano il tema delle frodi: **le imitazioni, il falso.**
2. Il fenomeno del falso *made in Italy* nel mondo **è in crescita.**
3. I nomi dei prodotti falsi sono **uguali a quelli dei prodotti *made in Italy*, simili a quelli dei prodotti *made in Italy*.**
4. Cita i prodotti italiani più imitati: **i formaggi, i salumi, le conserve, i vini.**
5. Precisa quali paesi copiano i prodotti alimentari italiani: **i paesi più sviluppati, come Stati Uniti, Australia, Canada.**
6. Spiega che cosa conferma il fenomeno: **il successo del *made in Italy* a tavola.**

B. Comprensione approfondita

1. Completa la tabella.

AUMENTO DEL FENOMENO	PRODOTTI FALSI VENDUTI ALL'ESTERO	DANNI PER L'ECONOMIA ITALIANA	POSTI DI LAVORO IN MENO
70%	1/3	100 miliardi di euro	300.000

2. Collega ogni prodotto falso con il luogo in cui è fabbricato:

- | | | |
|------------------------|---|---------------|
| a. Il parmesan | ○ | ○ Germania |
| b. Il perisecco | ○ | ○ Ungheria |
| c. Il formaggio romano | ○ | ○ Russia |
| d. Il bovizola | ○ | ○ Yorkshire |
| e. La 'nduja | ○ | ○ Stati Uniti |

3. Completa.

I prodotti falsi sono prodotti con **nomi** uguali o simili ma **qualità** e garanzia di sicurezza molto **diversi** da quelli originali, in gran parte esposti al Tuttofood alla Fiera di **Milano**.

4. Rileva le caratteristiche dei prodotti.

- a. il *romano*: **falso pecorino romano, prodotto negli Stati Uniti, non viene fatto con il latte di pecora.**
- b. il *wine kit*: **fatto solo con delle polveri, imita la valpolicella, fatto senza uva.**

COMPITO FINALE

- a. Quali sono le conseguenze (per i consumatori, per lo Stato, per le imprese) del mercato del falso?

- **Conseguenze per i consumatori: sono ingannati sulla qualità e comprano spesso prodotti pericolosi per la salute (medicine, cibo, pezzi per auto, giocattoli).**
- **Conseguenze per le imprese: vendono di meno.**
- **Conseguenze per lo Stato: non percepisce le imposte (IVA) sui prodotti contraffatti, generalmente venduti al nero.**

- b. Per sensibilizzare i consumatori sul problema della contraffazione:

Informare i consumatori con campagne contro la contraffazione per far capire i rischi: con cartelloni pubblicitari, spot televisivi o radiofonici, con servizi televisivi e radiofonici.

CRITÈRES D'ÉVALUATION DE LA COMPRÉHENSION DE L'ORAL cycle terminal
(Ce corrigé n'est pas exhaustif, il est donné à titre d'exemple)

	LV1	LV2
<i>Le candidat n'a pas compris le document. Il n'en a repéré que des mots isolés, sans parvenir à établir de liens entre eux. Il n'a pas identifié le sujet ou thème du document.</i> Imitations Aliments	02 / 20	04 / 20
A1 - <i>Le candidat est parvenu à relever des mots isolés, des expressions courantes, et à les mettre en relation pour construire une amorce de compréhension du document.</i> <i>Le candidat a compris seulement les phrases/idées les plus simples.</i> Imitations de produits alimentaires italiens à l'étranger De faux fromages italiens	06 / 20	08 / 20
A2 - <i>Certaines informations ont été comprises mais le relevé est incomplet, conduisant à une compréhension encore lacunaire ou partielle.</i> Imitations de produits alimentaires italiens à l'étranger De faux fromages italiens Phénomène en augmentation Produits avec des noms semblables	10 / 20	14 / 20
B1 - <i>Les informations principales ont été relevées. L'essentiel a été compris. Compréhension satisfaisante.</i> Les imitations de produits alimentaires italiens à l'étranger ont augmenté ces dix dernières années. Il y a de faux fromages italiens ou du vin qui imite le vin italien. On en trouve dans différents pays, par exemple aux États-Unis et dans d'autres pays développés. Le phénomène se développe. Ce sont des produits avec des noms qui imitent les noms italiens. Cela confirme le succès des produits <i>made in Italy</i>. Ce phénomène fait perdre des emplois en Italie.	16 / 20	20 / 20
B2 - <i>Des détails significatifs du document ont été relevés et restitués conformément à sa logique interne. Le contenu informatif a été compris, ainsi que l'attitude du locuteur (ton, humour, points de vue, etc.). Compréhension fine.</i> Les imitations de produits alimentaires italiens à l'étranger ont augmenté de 71 % au cours des dix dernières années. Un produit alimentaire sur trois vendu à l'étranger est un produit de contrefaçon. On en trouve dans différents pays, par exemple aux États-Unis. Il s'agit de fromages, de charcuteries, de conserves, de vins. Ces produits ont des noms qui imitent les noms italiens. Ils n'apportent aucune garantie au niveau de la sécurité alimentaire et sont de qualité médiocre. Le phénomène se développe surtout dans les pays développés : États-Unis, Canada et Australie sont les pays où l'on copie le plus les produits italiens. Cela confirme le succès des produits alimentaires <i>made in Italy</i> qui ont atteint un record d'exportations en 2018.	20 / 20	

Nom :	Classe :	Date :			
<u>ANTICIPAZIONE</u> A. Immagine che introduce il servizio 1. Quali prodotti si vedono? 2. I prodotti hanno nomi italiani? In Italia avrebbero questi nomi? 3. Sono stati prodotti in Italia? 4. Quali elementi sulle etichette ricordano l'Italia? 5. Perché hanno dei nomi che sembrano italiani tutti questi prodotti? B. Immagine e titolo A partire dall'immagine e dal titolo della sequenza, cerca di immaginare il tema del servizio. <u>COMPRENSIONE</u> Per aiutarti <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Il <i>made in Italy</i> è l'insieme dei prodotti progettati, fabbricati e confezionati in Italia, apprezzati all'estero per la loro qualità.</td> </tr> <tr> <td>La Coldiretti è l'associazione che rappresenta gli agricoltori italiani.</td> </tr> <tr> <td>La 'nduja: salume piccante tipico della Calabria</td> </tr> </table> A. Comprensione globale 1. Rileva nel video le parole che riguardano il tema delle frodi. 2. Il fenomeno del falso <i>made in Italy</i> nel mondo... ☐ è in crescita. ☐ diminuisce. ☐ è stabile. 3. I nomi dei prodotti falsi sono... ☐ uguali a quelli dei prodotti <i>made in Italy</i>. ☐ simili a quelli dei prodotti <i>made in Italy</i>. ☐ diversi da quelli dei prodotti <i>made in Italy</i>. 4. Cita i prodotti italiani più imitati: 			Il <i>made in Italy</i> è l'insieme dei prodotti progettati, fabbricati e confezionati in Italia, apprezzati all'estero per la loro qualità.	La Coldiretti è l'associazione che rappresenta gli agricoltori italiani.	La 'nduja : salume piccante tipico della Calabria
Il <i>made in Italy</i> è l'insieme dei prodotti progettati, fabbricati e confezionati in Italia, apprezzati all'estero per la loro qualità.					
La Coldiretti è l'associazione che rappresenta gli agricoltori italiani.					
La 'nduja : salume piccante tipico della Calabria					

Séquence 11 Le frodi alimentari

Nom :	Classe :	Date :
--------------	-----------------	---------------

5. Precisa quali paesi copiano i prodotti alimentari italiani:

.....

.....

6. Spiega che cosa conferma il fenomeno:

.....

B. Comprensione approfondita

1. Completa la tabella.

AUMENTO DEL FENOMENO	PRODOTTI FALSI VENDUTI ALL'ESTERO	DANNI PER L'ECONOMIA ITALIANA	POSTI DI LAVORO IN MENO
.....%	1/.....	 di euro	

2. Collega ogni prodotto falso con il luogo in cui è fabbricato:

Per aiutarti

Il parmigiano: formaggio a Denominazione di Origine Protetta prodotto con latte di vacca nelle province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna e Mantova.
Il prosecco: vino bianco a Denominazione di Origine Controllata prodotto in Veneto e Friuli-Venezia Giulia.
Il pecorino romano: formaggio italiano a Denominazione di Origine Protetta prodotto con latte di pecora nel Lazio.
Il gorgonzola: formaggio a Denominazione di Origine Protetta prodotto dal latte intero di vacca nelle province di Milano, Como, Pavia e Novara.
La 'nduja: salume piccante tipico della Calabria

a. Il parmesan ☐ ☐ Germania

b. Il perisecco ☐ ☐ Ungheria

c. Il formaggio romano ☐ ☐ Russia

d. Il bovizola ☐ ☐ Yorkshire

e. La 'nduja ☐ ☐ Stati Uniti

3. Completa.

I prodotti falsi sono prodotti con uguali o simili ma
e garanzia di sicurezza molto da quelli originali, in gran parte esposti al Tuttofood alla Fiera di

4. Rileva le caratteristiche dei prodotti.

Per aiutarti

Valpolicella: vino rosso a Denominazione di Origine Controllata (DOC) prodotto nella provincia di Verona.
--

a. Il *romano*:

b. Il *wine kit*:

C. Compito finale

 	a. Quali sono le conseguenze (per i consumatori, per lo Stato, per le imprese) del mercato del falso? b. Come si possono sensibilizzare i consumatori sul problema della contraffazione?
--	--