



---

**PRUEBA DE ACREDITACIÓN ITALIANO B1  
MODELO DE TAREA COMPRESIÓN LECTORA**

---

**LEGGERE. Parte 1ª**

**Ora leggerai un articolo sui viaggi low cost in pullman.**

**Scegli, per ognuno dei punti da 1 a 4, solo una tra le tre alternative (a, b, c) e scrivi le soluzioni nella tabella della parte inferiore.**

**Il numero 0 è un esempio.**

**Viaggi low cost in pullman. Irrompe il colosso tedesco.**

E' come per il commercio, la tecnologia e altre cose della vita: puoi cercare di frenarle ma poi arrivano. E' successo anche nei trasporti. La fortezza Alto Adige è stata violata dalla multinazionale germanica degli autobus FlixBus: viaggi low cost, tariffe che si annunciano scontatissime (il segreto anche in questo caso è comprare in netto anticipo per spuntare biglietti da pochi euro), concorrenza a tutti i livelli, orari concorrenziali. Tempi durissimi per i protezionisti. E ancor più per le ditte locali che dovranno confrontarsi con un avversario che conosce il mercato, vista la sua esperienza in tutta Europa. FlixBus fondata a Monaco di Baviera da tre giovani imprenditori con l'obiettivo di rendere la mobilità in Germania confortevole e sostenibile, ed allo stesso tempo economica, è da poco operativa in Italia.

La società supportata in tutta Europa da centinaia di aziende partner annuncia prezzi stracciati ma non chiude la porta in faccia a nessuno e avverte: «Gli operatori che gestiscono società di autobus interessati ad una collaborazione commerciale vantaggiosa e di successo possono cliccare sul nostro sito per scoprire come la loro compagnia di bus possa entrare a far parte della nostra rete di partner».

Il colosso differenzia i prezzi dei biglietti in base al periodo di prenotazione: il che significa che prima si prenota il biglietto, più sarà economico: «In media viaggiare con noi vi costerà sempre circa il 70% in meno rispetto allo stesso viaggio in treno o in auto». Resta da vedere come si comporteranno i concorrenti locali e se punteranno anche loro ad abbassare i prezzi.

## 0. I trasporti

- a. sempre arrivano, anche se in ritardo.
- b. sono un settore che si cerca di fermare.
- c. stanno inevitabilmente subendo cambiamenti.**

## 1. La fortezza Alto Adige

- a. è stata venduta alla multinazionale Flexibus.
- b. conta ora con la presenza della Flexibus nel mercato.
- c. è stata tradita dalla multinazionale Flexibus.

## 2. I biglietti

- a. si devono acquistare molto prima del viaggio per avere prezzi più bassi.
- b. hanno sempre uno sconto di pochi euro.
- c. hanno una pubblicità efficace che riguarda il loro prezzo.

## 3. L'obiettivo di Flexibus è

- a. sostenere l'uso del trasporto pubblico in Italia.
- b. incrementare la mobilità stradale in Germania.
- c. dare un servizio dotato di comfort e a basso prezzo.

## 4. Tutte le compagnie

- a. sono invitate a collaborare con la compagnia della Flexibus.
- b. possono fare parte della Flexibus attraverso il sito web.
- c. possono scoprire sul sito della Flexibus come abbassare i prezzi dei biglietti.

0	1	2	3	4
C				