

PERCHE' IL TEDESCO?

DOSSIER INFORMATIVO

a cura di:

prof.ssa Beatrice de Gasparis Docente di Lingua Tedesca – ISIS “Leopoldo II di Lorena” – Grosseto

Prof.ssa Mariapia Piemontese Docente di Lingua Tedesca – IIS Polo Artistico, Commerciale, Grafico e Musicale “L.Bianciardi” - Grosseto

Indice

Premessa	p. 4
1.1 Dati statistici – Commercio	p. 5
La Germania primo partner commerciale dell'Italia per importazioni-esportazioni	p. 6
La Germania e gli altri paesi di lingua tedesca: grandi partner commerciali della Toscana in Europa per esportazioni- importazioni	p. 9
1.2 Dati statistici -Turismo	p. 10
La Germania primo partner per flussi turistici in Italia – Anno 2008	p. 11
La Germania primo partner per flussi turistici in Toscana – Anno 2008	p. 12
La Germania primo partner per flussi turistici nella provincia di Grosseto – Anno 2010	p. 13
2. Il tedesco nel mondo del lavoro	p. 14
Quadro italiano:assunzioni di personale con conoscenza delle lingue straniere-Anno 2009	p. 15
L'utilità di conoscere le lingue straniere per essere assunti	p. 16
Tante opportunità per chi conosce il tedesco	p. 17
Giovani all'estero con il tedesco	p. 17
Ecco perché il tedesco aiuta ancora la carriera	p. 18
Il tedesco? Uno slancio alla carriera	p. 19
3. Articoli di interesse	p. 20
3.1 Germania motore d'Europa	p. 21
Il modello tedesco	p. 21
Sondaggio BBC/ La Germania supera l'Inghilterra come Paese più ammirato al mondo	p. 21
Nasce la prima Borsa al mondo - Wall Street parlerà tedesco	p. 22
3.2 La Germania incontra l'Italia	p. 23
Grosseto - Saperi della Maremma nella grande distribuzione tedesca	p. 23
Bio-Export: in Maremma una delegazione di catene tedesche	p. 23
Italia: meta preferita dei tedeschi, cresce la spesa turistica	p. 24
Dati Touring Club: Si va più all'estero (ma si spende meno)	p. 25
Dati Bankitalia: cresce la spesa turistica degli stranieri in Italia	p. 26
Scarlino: Turismo - Tedeschi e francesi i più affezionati ai nostri tesori	p. 26
Le mete degli italiani all'estero - Vacanze in cifre	p. 27
4. Il paradosso	p. 28
4.1 Il tedesco nelle scuole	p. 29

L'insegnamento del tedesco rischia di sparire dalle scuole	p. 29
La solitudine degli studenti di Tedesco	p. 30
5. Ricollegare la scuola al territorio	p. 31
5.1 La promozione del tedesco	p. 32
Conclusa la 2° edizione del "Tedesco per Amico	p. 32
Cineforum in lingua tedesca – 4 maggio 2006	p. 33
Mercatino di Natale nel centro storico di Gavorrano	p. 34
Scarlino - Viva la Germania !!! Il gemellaggio tra ragazzi adesso è realtà	p. 34
L'istituto Einaudi e una scuola di Berlino partner dell'iniziativa di didattica linguistica	
"Cibo e cultura" - Italia e Germania si incontrano a tavola	p. 35
Il gruppo del professionale: "Una vacanza entusiasmante"	p. 36
5.2 Le iniziative delle istituzioni politiche e delle associazioni	p. 37
A scuola più tedesco e meno spagnolo	p. 37
Accordo fra il MAE di Roma e il Ministero degli Affari Esteri tedesca.	p. 38
Petizione al Ministro della Pubblica Istruzione Maria Stella Gelmini	p. 39
Interrogazione parlamentare sulla situazione del tedesco nelle scuole	p. 40
Lettera dell'Associazione Italiana di Germanistica al Ministro Maria Stella Gelmini	p. 42
Lettera dell' Internationaler Deutschlehrerverband al Ministro Maria Stella Gelmini	p. 44
Appello per la lingua tedesca al Ministro degli Esteri Tedesco Westerwelle e alle	
Autorità tedesche	p. 45
Lettera di risposta di Werner Wnendt, referente per il tedesco al <i>Bundestag</i>	p. 47
Scheda informativa per il Collegio Docenti	p. 48
Scheda informativa per genitori e alunni	p. 49
Ringraziamenti	p. 50
Appendice	p. 51

Premessa

In Toscana negli ultimi anni si è assistito ad una forte contrazione dell'offerta della lingua tedesca sia nelle scuole secondarie di primo grado sia in quelle di secondo grado. La progressiva riduzione dell'insegnamento/apprendimento della lingua e cultura tedesca è in contraddizione con le reali esigenze del territorio, che vede la Germania come primo partner commerciale sia per import/export sia per i movimenti del turismo verso la nostra regione.

La Germania è il paese che ha risposto meglio alla crisi finanziaria ed economica di questi ultimi anni, grazie proprio ad un sistema industriale basato sulle esportazioni non solo di merci, ma soprattutto di tecnologia e know-how. Il commercio estero dell'Italia con i paesi di lingua tedesca nel 2009 è stato di 125 miliardi di Euro.

Un rapporto della Bundesbank del 2008 riporta che in Italia sono insediate 1054 aziende a capitale tedesco con 148.000 dipendenti. In Germania sono presenti 423 aziende a capitale italiano con 68.000 dipendenti.

La conoscenza della lingua tedesca rappresenta un investimento per una carriera professionale nell'industria e nei servizi: per gli attuali e futuri lavoratori in vari ambiti (finanziario, import/export e turistico) è fondamentale, per la loro carriera, conoscere almeno due lingue. Dopo l'inglese, il tedesco è la lingua più richiesta nelle assunzioni delle imprese.

In particolare, le piccole e medie imprese, che costituiscono il tessuto industriale italiano, richiedono la conoscenza della lingua tedesca per poter coltivare i rapporti con i propri clienti e con la casa madre. Oltre a competenze professionali specifiche, le imprese reputano che questa lingua rappresenti una risorsa poiché facilita la comunicazione in ambito aziendale. Chi è in grado di comunicare con i partner della casa madre in tedesco è in grado di comprendere maggiormente ciò che "muove" i colleghi tedeschi. Se con l'inglese avviene uno scambio di informazioni, con il tedesco si raggiunge la persona: ciò offre un valore aggiunto che garantisce maggiore rendimento e migliori risultati.

In sintesi, la padronanza della lingua tedesca è strumento privilegiato e strategico per accedere agli studi superiori e al mercato del lavoro in quanto:

- garantisce lo sviluppo di competenze plurilingui, scelta condivisa e promossa da tutte le istituzioni europee finalizzata a favorire la crescita individuale, economica e sociale
- offre opportunità di maggiore mobilità nei viaggi di studio e di lavoro, consentendo di stabilire rapporti diretti con le popolazioni locali, arricchendo non solo l'esperienza professionale, ma anche quella personale
- rafforza le abilità logiche, trasversali a tutte le discipline, oltre che alla lingua madre e alle altre lingue straniere. La struttura profonda di questa lingua aiuta la riflessione formale, lessicale e morfosintattica
- permette dopo la scuola secondaria di accedere a corsi di studio universitari in Germania, che, specie in ambito scientifico e tecnologico, sono tra i migliori in Europa.

Va infine ricordato che, con oltre 100 milioni di persone, il tedesco, lingua ufficiale in Germania, Austria, Svizzera, Liechtenstein, è la lingua madre più parlata in Europa e che imprescindibile risulta il contributo offerto dalla lingua tedesca alla scienza, alla filosofia, alla letteratura e alla musica.

1.1 Dati statistici – Commercio

LA GERMANIA PRIMO PARTNER COMMERCIALE DELL'ITALIA PER IMPORTAZIONI - ESPORTAZIONI

ANNI 2009-2011

Valori in milioni di euro

Tabella 1 - Importazioni

PAESI PRINCIPALI	2009	2010
GERMANIA	49.700	58.541
FRANCIA	26.352	30.529
SPAGNA	13.141	16.664
BELGIO	11.955	13.371
RUSSIA	12.141	13.053
REGNO UNITO	9.817	12.147
SVIZZERA	10.427	11.909
AUSTRIA	7.189	9.055
LUSSEMBURGO	1.030	1.166
LIECHTENSTEIN	38	24

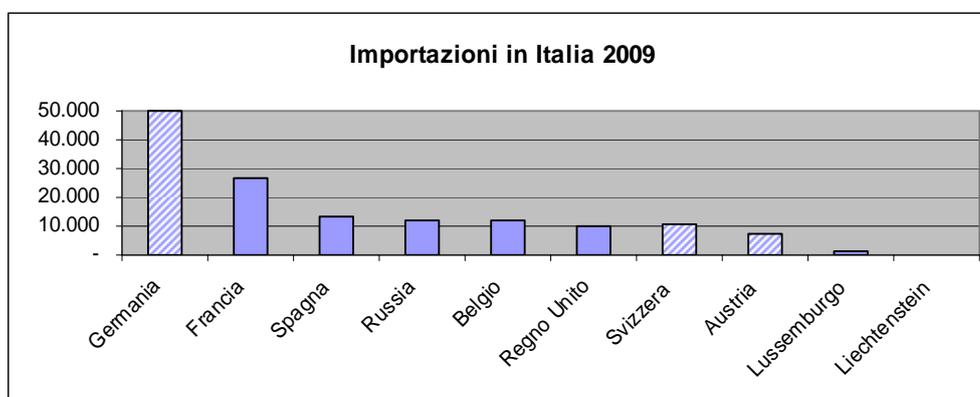
Tabella 2 - Esportazioni

PAESI PRINCIPALI	2009	2010
GERMANIA	36.942	43.899
FRANCIA	33.984	39.080
SPAGNA	16.680	19.583
SVIZZERA	13.562	16.042
REGNO UNTO	14.953	18.070
BELGIO	8.032	8.665
AUSTRIA	6.960	8.070
RUSSIA	6.431	7.909
LUSSEMBURGO	432	526
LIECHTENSTEIN	25	27

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT (vedi Appendice pag. 1 e 2)

Le Tabelle 1-2 evidenziano che la Germania occupa il primo posto tra i partner commerciali dell'Italia. Se si considerano i dati relativi ad Austria, Svizzera e Liechtenstein, paesi in cui il Tedesco è lingua ufficiale, è evidente il ruolo preponderante di questa lingua negli scambi commerciali in Europa.

Grafico 1 - Importazioni in Italia 2009



Sono evidenziati con il tratteggio i Paesi in cui il Tedesco è lingua ufficiale.

Grafico 2 - Importazioni in Italia 2010

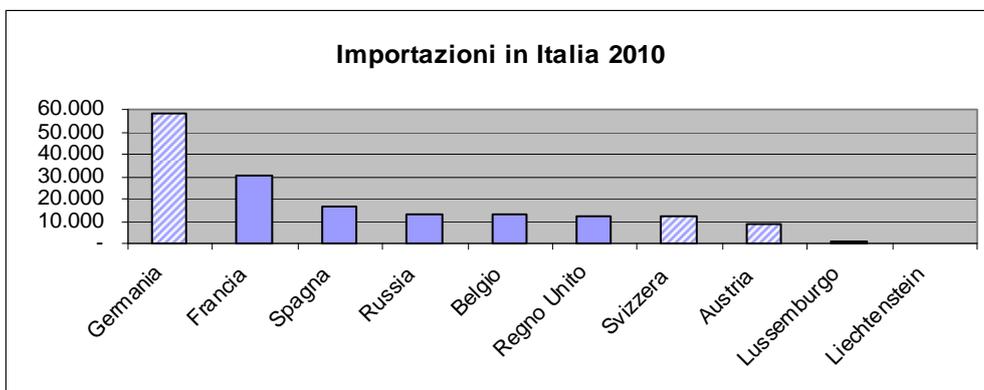
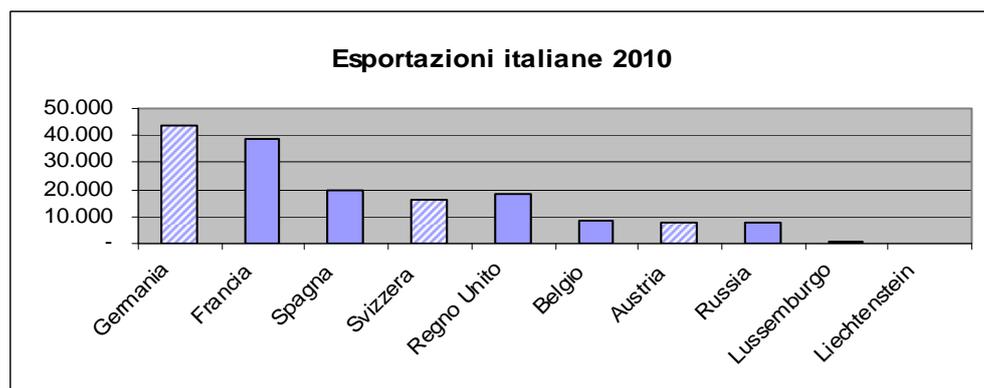


Grafico 3 - Esportazioni italiane 2009



Grafico 4 - Esportazioni italiane 2010



Anche i dati del primo semestre 2011 confermano il trend positivo degli scambi commerciali con i paesi di lingua tedesca (vedi Tabelle 3-4 e Grafici 5 e 6).

Sono evidenziati con il tratteggio i Paesi in cui il Tedesco è lingua ufficiale

Tabella 3 - Importazioni

PAESI PRINCIPALI	Gen-Giu 2010	Gen-Giu 2011
GERMANIA	28.557	32.121
FRANCIA	15.241	16.780
SPAGNA	8.134	9.261
RUSSIA	6.551	8.523
BELGIO	6.636	7.831
REGNO UNITO	5.756	7.681
SVIZZERA	5.884	6.892
AUSTRIA	4.382	5.081
LUSSEMBURGO	580	466
LIECHTENSTEIN	12	9

Tabella 4 - Esportazioni

PAESI PRINCIPALI	Gen-Giu 2010	Gen-Giu 2011
GERMANIA	21.458	25.351
FRANCIA	19.605	22.329
SPAGNA	9.723	10.368
SVIZZERA	7.519	9.788
REGNO UNTO	8.610	8.912
BELGIO	4.399	4.929
AUSTRIA	3.899	4.487
RUSSIA	3.368	4.244
LUSSEMBURGO	236	292
LIECHTENSTEIN	12	19

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT (vedi Appendice pag. 1 e 2)

Grafico 5 - Andamento delle importazioni italiane nel I semestre 2010 e 2011

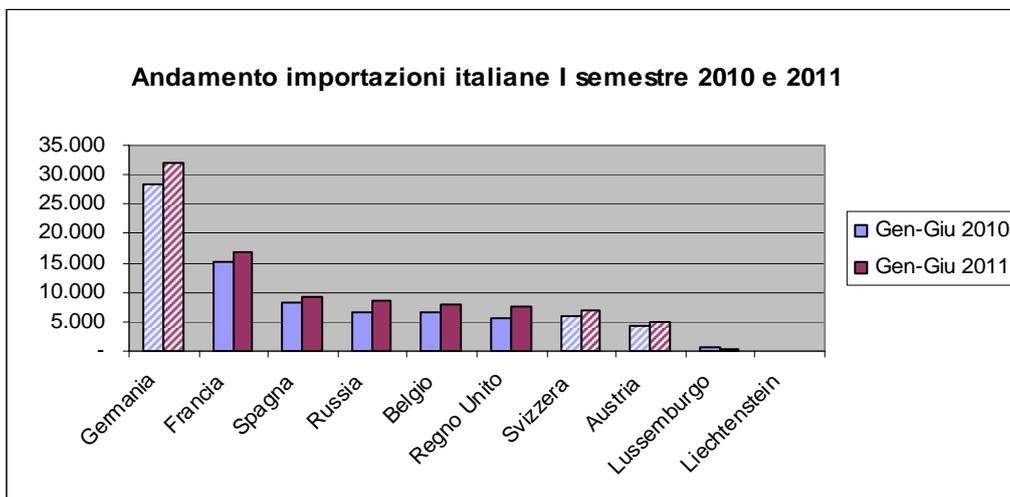
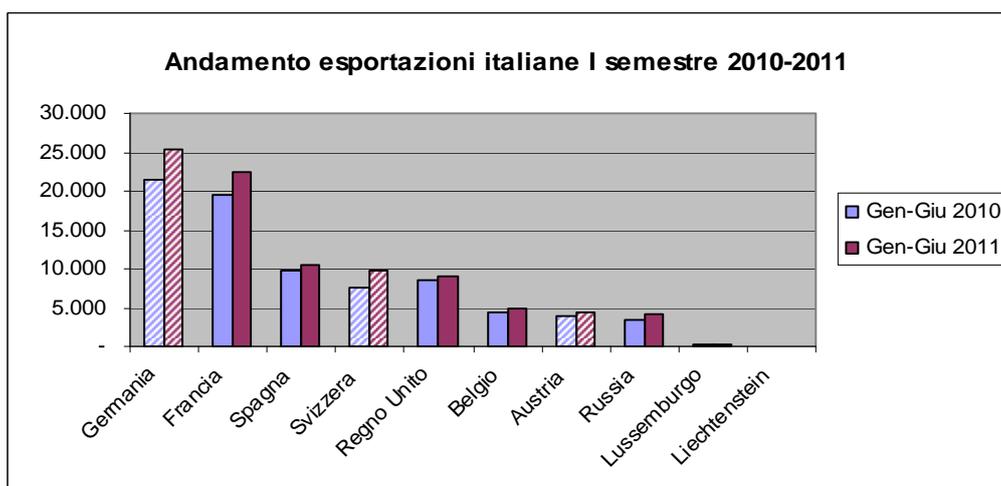


Grafico 6 - Andamento delle esportazioni italiane nel I semestre 2010 e 2011



Sono evidenziati con il tratteggio i Paesi in cui il Tedesco è lingua ufficiale

LA GERMANIA E GLI ALTRI PAESI DI LINGUA TEDESCA: GRANDI PARTNER COMMERCIALI DELLA TOSCANA IN EUROPA PER **ESPORTAZIONI** E **IMPORTAZIONI**

Dalla Tabella si evince quanto siano rilevanti, per l'economia della Toscana, gli scambi commerciali con i paesi di lingua tedesca, qui in grassetto ed evidenziati in giallo.

Tabella 5 - Esportazioni ed importazioni della Toscana

valori in migliaia di euro e variazioni in percentuale

Periodo riferimento : dal 1° al 4° Trimestre 2010

	Esportazioni		Importazioni	
	Valore	Var %	Valore	Var %
Francia	3.409.577	24,6	2.389.597	23,6
Germania	2.604.390	25,1	2.050.972	23,0
Svizzera	2.226.267	26,8	1.020.286	30,6
Regno Unito	1.472.550	-3,7	539.603	-7,6
Spagna	1.297.159	11,1	1.404.579	30,9
Turchia	597.718	50,9	282.723	-3,2
Paesi Bassi	583.928	6,5	602.402	7,4
Belgio	413.086	11,9	299.518	25,3
Grecia	388.557	-5,2	110.214	-4,3
Portogallo	382.779	48,2	105.150	61,8
Russia	379.522	1,8	219.067	51,2
Austria	379.232	12,2	249.218	41,0
Romania	353.946	38,1	311.546	46,7
Polonia	328.341	-2,4	150.587	48,5
Ceca, Repubblica	164.078	37,0	410.373	75,2
Ungheria	160.707	38,9	81.344	-12,8
Svezia	133.008	9,2	130.817	-23,7
Irlanda	117.322	64,9	57.189	-26,4
Slovenia	114.445	48,6	96.588	26,3
Norvegia	105.018	8,2	12.452	6,5
<u>Europa</u>	<u>16.607.701</u>	<u>18,8</u>	<u>11.283.667</u>	<u>22,6</u>

Prodotto: *Attività economiche (Ateco 2007) Divisione : Tutti i prodotti*
 Regione / Provincia: . . *Toscana*
 Anno trimestre di riferimento: *dal 1° al 4° Trimestre 2010*
 Area Partner: *Europa*

1.2 Dati statistici - Turismo

LA GERMANIA PRIMO PARTNER PER FLUSSI TURISTICI IN ITALIA – Anno 2008

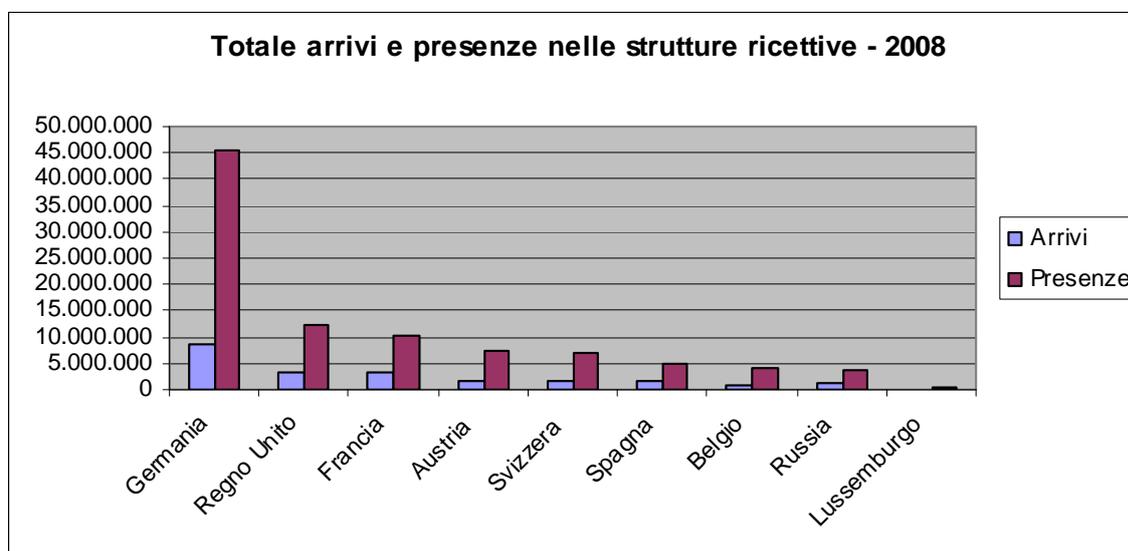
Tabella 6 - Flussi turistici dall'estero in Italia

Paesi	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari *		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Germania	6.138.269	27.361.414	2.536.530	18.040.567	8.674.799	45.401.981
Regno Unito	2.650.517	9.990.275	434.804	2.367.496	3.085.321	12.357.771
Francia	2.662.764	7.663.227	552.925	2.495.402	3.215.689	10.158.629
Austria	1.341.066	4.711.025	433.821	2.771.968	1.774.887	7.482.993
Svizzera	1.248.991	4.699.994	352.524	2.282.071	1.601.515	6.982.065
Spagna	1.614.351	4.189.964	205.503	738.027	1.819.854	4.927.991
Belgio	754.249	3.008.502	189.101	1.249.687	943.350	4.258.189
Russia	994.898	3.440.569	51.301	289.889	1.046.199	3.730.458
Lussemburgo	51.796	238.942	9.189	54.589	60.985	293.531

Fonte: Annuario Statistico Nazionale 2009 - (vedi Appendice pag 3 - Tavola 18.7)

La Tabella mostra che le presenze dei turisti provenienti dalla sola Germania superano in modo eclatante quelle dei turisti che vengono da altri paesi. A questo dato si aggiunge poi la significativa presenza di svizzeri e austriaci.

Grafico 7: Arrivi e presenze nelle strutture ricettive italiane



Da questi dati si evince quanto sia rilevante nell'economia turistica nazionale e, vedremo dopo, anche in quella regionale, il peso esercitato dalla forte presenza di turisti tedeschi che, da soli, hanno fatto registrare nel 2008 più di **45 milioni di pernottamenti** nelle strutture turistiche italiane.

Questo dato clamoroso deve far riflettere sulle enormi opportunità professionali che si aprono in tutti i settori legati al turismo per il personale che conosce la lingua tedesca.

Per esercizi complementari si intendono: campeggi, villaggi turistici, alloggi turistici, alloggi in agriturismo

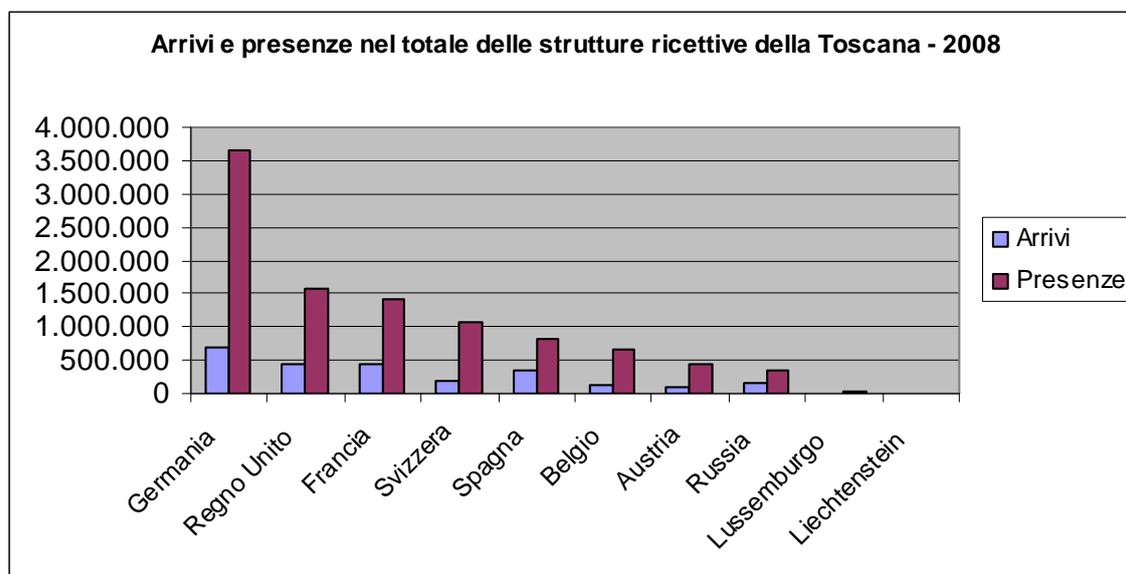
LA GERMANIA PRIMO PARTNER PER FLUSSI TURISTICI IN TOSCANA – Anno 2008

Tabella 7 - Flussi turistici dall'estero in Toscana

	Esercizi ricettivi					
	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari *		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Germania	377.640	1.469.766	300.855	2.185.981	678.495	3.655.747
Regno Unito	312.624	933.081	117.483	647.528	430.107	1.580.609
Francia	320.309	803.667	129.260	614.880	449.569	1.418.547
Svizzera	115.497	451.901	80.162	618.026	195.659	1.069.927
Spagna	287.163	653.527	47.095	177.581	334.258	831.108
Belgio	86.378	313.737	52.873	361.322	139.251	675.059
Austria	74.326	252.574	31.532	199.332	105.858	451.906
Russia	140.671	307.046	6.466	35.554	147.137	342.600
Lussemburgo	3.876	18.534	1.540	13.022	5.416	31.556
Liechtenstein	58	188	8	322	66	510

Fonte: Annuario Statistico Regionale 2009 (Vedi Appendice pag 4)

Grafico 8 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive toscane



Anche in Toscana si confermano i dati nazionali sugli arrivi e le presenze di turisti nelle strutture ricettive italiane con la Germania che distanzia di gran lunga gli altri paesi europei.

*Per esercizi complementari si intendono campeggi, villaggi turistici, alloggi turistici, alloggi in agriturismo

LA GERMANIA PRIMO PARTNER PER FLUSSI TURISTICI nella provincia di GROSSETO – Anno 2010

Tabella 8 - Flussi turistici nella Provincia di Grosseto
APT 6 "GROSSETO" (a) - 2010

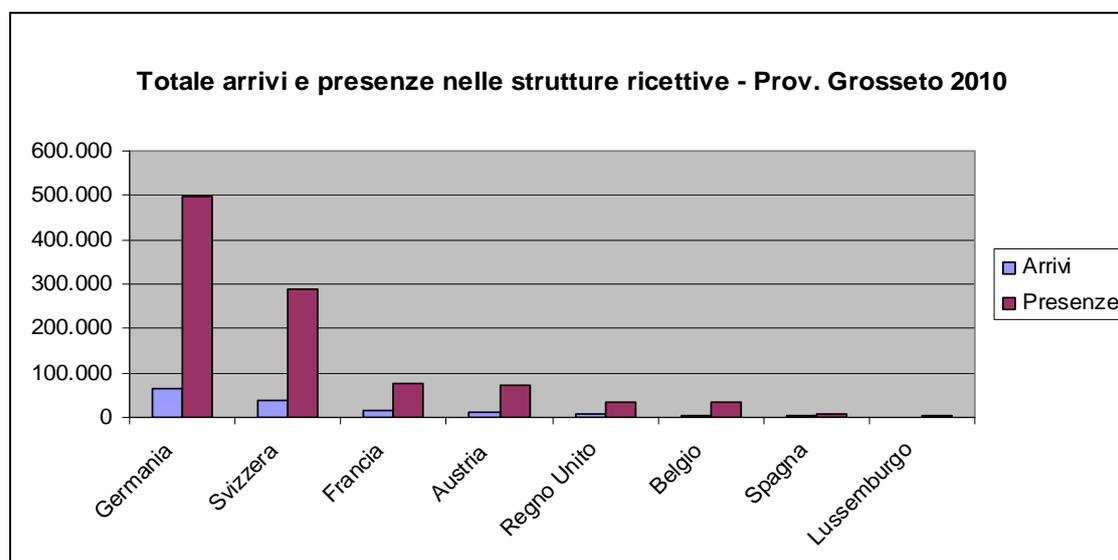
PAESE DI PROVENIENZA	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRALBERGHIERI		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Italia	365.514	1.205.763	456.316	3.026.944	821.830	4.232.707
Germania	18.814	111.072	47.443	388.150	66.257	499.222
Svizzera	12.102	66.346	24.755	222.949	36.857	289.295
Francia	6.849	26.906	7.058	47.753	13.907	74.659
Austria	6.296	37.518	4.603	34.500	10.899	72.018
Regno Unito	4.501	17.306	2.517	16.122	7.018	33.428
Belgio	1.913	9.622	2.977	22.911	4.890	32.533
Spagna	1.686	3.654	1.159	4.885	2.845	8.539
Lussemburgo	183	913	120	1.089	303	2.002
Totale Estero	87.197	430.954	124.664	1.003.258	211.861	1.434.212
Totale generale	452.711	1.636.717	580.980	4.030.202	1.033.691	5.666.919

(a) L'APT 6 "Grosseto" coincide con la provincia

Vedi Appendice pag 6 e 7

Nella Provincia di Grosseto spicca il dato relativo alla presenza di turisti di lingua tedesca nel 2010: 860.535 pernottamenti che corrispondono al 60% del totale dei turisti provenienti dall'estero. Si evidenziano anche le numerose presenze di svizzeri e austriaci.

Grafico 9 - Arrivi e presenze nelle strutture ricettive della provincia di Grosseto



2. Il tedesco nel mondo del lavoro

QUADRO ITALIANO: ASSUNZIONI DI PERSONALE CON CONOSCENZA DELLE LINGUE STRANIERE - ANNO 2009

Tabella 9 - Industria

Assunzioni imprese di personale con conoscenza di Lingue Straniere 2009						
	Inglese	Francese	Spagnolo	Tedesco	Cinese/Arabo	Altre
INDUSTRIA	95,80	1,10	0,20	1,80	1,00	0,20

Tabella 10 - Servizi

Assunzioni imprese di personale con conoscenza di Lingue Straniere 2009						
	Inglese	Francese	Spagnolo	Tedesco	Cinese/Arabo	Altre
SERVIZI	90,30	2,70	0,30	6,30	0,10	0,20

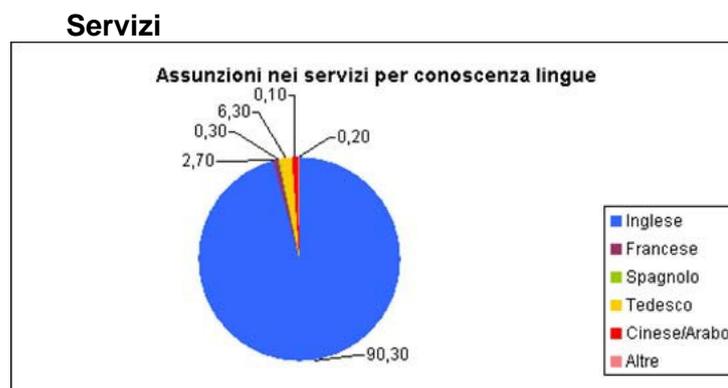
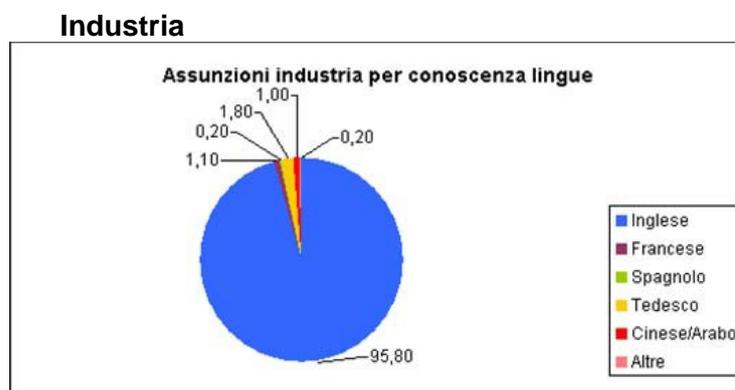
Tabella 11 - Ripartizione territoriale

	Inglese	Francese	Spagnolo	Tedesco	Cinese/Arabo	Altre
Nord Ovest	92,90%	3,10 %	0,40%	2,60 %	0,90 %	0,20%
Nord Est	86,00 %	2,70 %	0,20%	10,60 %	0,20 %	0,30%
Centro	95,00 %	1,10 %	0,20%	3,40 %	0,10 %	0,20%
Sud e isole	93,20 %	1,70 %	0,40%	4,70 %	0,00 %	0,00%

Fonte: Unioncamere- Ministero del Lavoro 2009 (Vedi Appendice pag. 8)

Le Tabelle 9 e 10 evidenziano che il tedesco è la seconda lingua richiesta dalle imprese in fase di selezione del personale (vedi grafici 10 e 11). Mentre nel Nord Ovest si rileva l'importanza del francese, nel resto d'Italia si conferma il ruolo significativo della lingua tedesca.

Grafico 10 e 11 - Assunzioni industria di personale con conoscenza delle lingue



L'utilità di conoscere lingue straniere per essere assunti

L'indagine è stata curata da tre docenti di Lingue Straniere dell'Einaudi, che hanno somministrato un questionario di rilevazione dei fabbisogni linguistici nei differenti ambienti lavorativi dei settori turistico, ristorativo e aziendale

Grosseto: L'istituto L.Einaudi ha recentemente promosso un'iniziativa destinata ad aziende del territorio ed associazioni di categoria, per rilevare quali conoscenze di lingue straniere possono rivelarsi utili in contesti lavorativi dei vari settori. L'indagine è stata curata da tre docenti di Lingue Straniere dell'Einaudi, che hanno somministrato un questionario di rilevazione dei fabbisogni linguistici nei differenti ambienti lavorativi dei settori turistico, ristorativo e aziendale. La continua collaborazione con il mondo del lavoro contraddistingue da anni l'operato dell'Istituto Professionale "L.Einaudi". Uno dei punti di forza è, infatti, il dialogo continuo con aziende ed enti del territorio, l'attenzione verso i cambiamenti nel tessuto socio-economico provinciale, l'utilizzo di nuove metodologie operative e didattiche, il rapporto di sinergia per verificare l'adeguatezza dell'insegnamento con quanto richiesto effettivamente dal territorio. Di seguito abbiamo intervistato le curatrici dello studio che, grazie ai risultati ottenuti, creeranno un tavolo di lavoro con i docenti di lingua per meglio calibrare il lavoro di programmazione.

Prof.ssa Piemontese, di cosa si tratta? Questo studio nasce da una riflessione sull'insegnamento delle lingue straniere nel nostro istituto. In realtà il nostro lavoro è sempre stato improntato all'uso pratico della lingua in situazioni lavorative, ma ci è sembrato opportuno avviare un confronto diretto con le aziende per ottenere informazioni dettagliate sul ruolo delle lingue straniere nel mondo del lavoro e avere suggerimenti o conferme rispetto a quanto già facciamo. Abbiamo contattato circa 60 aziende del settore turistico, ristorativo e aziendale, che sono tre degli indirizzi presenti nel nostro Istituto e ad alcune associazioni di categoria quali l'Ascom e la Confindustria

Prof.ssa De Gasparis, su quali temi verte il questionario?

Il questionario è diviso in tre parti: la prima riguarda la descrizione dell'azienda, con particolare riguardo al personale che segue l'eventuale clientela straniera; la seconda è relativa al peso che occupano le lingue straniere in fase di selezione del personale; la terza parte è dedicata alle richieste del mondo del lavoro alla scuola. In questa sezione abbiamo indicato in modo dettagliato quali argomenti trattiamo nei vari indirizzi di studio e abbiamo richiesto, per ogni singolo punto, conferma sulla sua utilità nella prassi lavorativa. Naturalmente abbiamo inserito anche una sezione in cui le aziende potevano suggerirci tematiche che non avevamo previsto. Ed effettivamente ci sono giunte dalle aziende alcune preziose indicazioni di cui terremo sicuramente conto.

Prof.ssa Corradi, quali sono i risultati di questo studio?

Innanzitutto procederemo ad una diffusione dei risultati fra i nostri colleghi di Lingue così da arrivare ad una revisione dei programmi sulla base di quanto effettivamente richiesto dalla prassi lavorativa. Vorrei evidenziare però altri aspetti interessanti che emergono dal nostro lavoro: La quasi totalità delle aziende ha clienti sia italiani che stranieri e la lingua straniera viene utilizzata fundamentalmente per relazioni personali (55%), contatti telefonici (85%), corrispondenza scritta (cartacea e per email: 90%); il 35% utilizza la lingua straniera per le ricerche su internet e solo lo 0,5% per il servizio di guida turistica. Le lingue più richieste sono oltre all'inglese (100%), il tedesco (85%), il francese (30%), lo spagnolo (1,5%) e il russo (0,5%), ma non mancano aziende con clienti rumeni ed anche giapponesi. Le aziende, pur ritenendo fondamentale la conoscenza delle lingue straniere, si limitano a incoraggiare i dipendenti allo studio delle lingue (75%), ma solo l'1% ha finanziato o organizzato corsi per i propri dipendenti, si preferisce assumere personale che già conosce altre lingue, oltre l'italiano: il 75% delle aziende considera la conoscenza di una o più lingue straniere titolo preferenziale per eventuale assunzione e solo il 25% valuta singolarmente ogni candidato, a seconda del ruolo da rivestire nell'azienda. Di conseguenza viene demandato in gran parte alla scuola il compito di provvedere alla formazione linguistica del futuro personale. Un invito che a questo punto mi sento di rivolgere agli studenti è di dedicare grande attenzione alla scelta della seconda lingua straniera visto che in alcuni settori essa può rivelarsi determinante.

Publicato in www.maremanews.it

Sabato 20 Marzo 2010

Tante opportunità per chi conosce il tedesco

Il tedesco è lingua qualificante che dà la possibilità di spendere il proprio curriculum in un contesto internazionale, in Paesi dall'economia avanzata come la Germania, la Svizzera, l'Austria, il Lussemburgo, il Belgio e in diverse altre regioni in cui il tedesco, ampiamente diffuso come lingua pluricentrica, costituisce un fondamentale strumento di comunicazione.

Giovani all'estero con il tedesco

Giovani all'estero **La storia** 

Ventisei anni e «team manager» Succede all'italiana Silvia, ma in Svizzera

«Ho solo 26 anni, ma da pochi giorni e dopo appena un anno di lavoro, sono stata messa a capo di un team di cinque persone. Peccato, però, che ciò non stia avvenendo in Italia». Per ottenere una posizione equivalente nel nostro paese, infatti, Silvia Vendrame avrebbe probabilmente dovuto attendere parecchi anni, sempre che fosse riuscita ad avere un'assunzione stabile fin dall'inizio come è successo a Zurigo. «Sono partita come "recruitment consultant" nel gennaio del 2010, nella società di "executive search" Swisslinx. Ho subito cominciato ad occuparmi di personale di medio e alto livello, per istituzioni finanziarie basate in Svizzera e negli Emirati arabi uniti. L'elemento che ha fatto la differenza per la mia assunzione? L'ottima conoscenza della lingua tedesca». Una padronanza che muove i primi passi nel settembre del 2001, quando Silvia frequenta il liceo linguistico a Treviso e aderisce alla proposta di Intercultura per un anno di studio in Germania, presso una famiglia di una cittadina del Baden-Wuerttemberg, Schwaebisch Hall. «Sono poi tornata in Germania con il programma Erasmus durante l'ultimo anno della mia laurea specialistica in "Economia degli scambi internazionali", questa volta nella cittadina universitaria di Bamberg». Due anni prima, intanto, visto che il suo corso di laurea alla Ca' Foscari di Venezia prevedeva uno stage all'estero, Silvia aveva fatto una puntata in un altro continente: 4 mesi di internship alla Camera di commercio italiana di Santiago del Cile come assistente del direttore commerciale. Progetti futuri? «Per il momento vedo la mia carriera svilupparsi qui in Svizzera. A Zurigo, poi, che è il cuore finanziario del Paese, vivono persone di tutto il mondo e ci sono numerose opportunità lavorative».



Silvia Vendrame, 26 anni, lavora in Svizzera

Enzo Riboni
© RIPRODUZIONE RISERVATA

OLTRECONFINE Racconta la tua esperienza di lavoro all'estero all'indirizzo enzribo@tin.it

Da: Il Corriere della Sera dell'11 febbraio 2011

http://archiviostorico.corriere.it/2011/febbraio/11/Ventisei_anni_team_manager_Succede_co_9_11021104_9.shtm

Ecco perché il tedesco aiuta ancora la carriera

Il tedesco? Per i manager italiani è strategico. Se si vuole instaurare un rapporto continuativo con un'azienda germanica, bisogna parlare ai suoi dirigenti nella loro lingua. Non perché non sappiano l'inglese, ma per rassicurarli, farli sentire a casa. «Con l'inglese si va dappertutto» - spiega Alberto Krali, che insegna tedesco all'università Cattolica e coordina lo studio delle lingue straniere a Scienze Politiche - «ma con il tedesco si fidelizza il cliente». Parlare la lingua dei committenti non è solo una questione di coordinamento tecnico, ma anche di comprensione culturale. «Per capirsi meglio e reagire in maniera efficace alle loro richieste, è importante entrare nella loro mentalità», ribadisce Krali. E questo si può fare solo parlando la loro lingua.

I legami Italia-Germania «Non c'è dubbio che fra due fornitori di pari livello - precisa Krali - un'azienda tedesca privilegia sempre quello con cui può parlare in tedesco». In un contesto che vede la Germania come primo partner commerciale dell'Italia, è un vantaggio non da poco. La spiccata complementarità delle due economie, infatti, mette spesso le eccellenze del Made in Italy alla "prova tedesco". Basti pensare che in Italia ci sono ben 185 mila pmi che lavorano per la Germania, mentre arrivano a 500 mila le aziende tedesche che hanno rapporti con l'Italia. In base al resoconto annuale della Bundesbank, in Italia sono insediate 1054 aziende a capitale tedesco, con 148mila dipendenti. Ma è vero anche il contrario: in Germania ce ne sono 423 a capitale italiano, con 68mila dipendenti.

Per tutti questi lavoratori, conoscere le due lingue è fondamentale per la carriera. Una marcia in più - Krali, che vede spesso i suoi studenti assunti in società che lavorano molto con la Germania, dalla finanza all'import-export, ne è convinto: «La conoscenza del tedesco dà una marcia in più a qualsiasi manager». Conferma Piergiulio Taino, docente di tedesco alla Statale di Milano, che anzi aggiunge un dato psicologico importante: «Un buon inglese ormai viene dato quasi per scontato. In un colloquio d'assunzione non costituisce più un vantaggio competitivo, ma una condizione necessaria. La conoscenza del tedesco invece impressiona molto, perché dimostra una capacità di approfondimento che va oltre gli standard. Il tedesco è considerato una lingua difficile da imparare e chi dimostra di conoscerlo si mette subito in luce come una persona che tiene duro e non si scoraggia davanti alle difficoltà». Non a caso, dalle indagini delle società di selezione del personale risulta chiaro il vantaggio economico, che a pari ruolo può arrivare anche al 20% dello stipendio, per un nuovo assunto che parla il tedesco.

Elena Comelli

Da *Il Corriere della Sera* - 26 settembre 2008

«Il tedesco? Uno slancio alla carriera» L'autore del Zanichelli-Langenscheidt per l' economia: un' azienda su tre premia chi lo parla

Import-export, banche, turismo. «Sono questi i settori principali in cui la conoscenza del tedesco dà una marcia in più, oltre naturalmente alle multinazionali della chimica, dell'elettronica e della meccanica made in Germany, dove parlare in tedesco con la casa madre può dare notevoli vantaggi negli avanzamenti di carriera». Piergiulio Taino, docente di tedesco alla Statale di Milano, vede migliaia di ragazzi passare nelle sue aule, nel corso di laurea in Mediazione linguistica, per avere questa marcia in più. E ha constatato come **circa un terzo delle imprese consideri la conoscenza del tedesco un titolo di merito preferenziale nei colloqui di assunzione**. Allora lo strapotere dell' inglese non ha del tutto spazzato via le altre lingue? «Un buon inglese ormai viene dato quasi per scontato. Non costituisce più un vantaggio competitivo, ma una condizione necessaria. La conoscenza del tedesco invece in un colloquio d' assunzione impressiona molto, perché dimostra una capacità di approfondimento e un' apertura internazionale che vanno oltre gli standard». Insomma, chi si presenta sfoggiando un buon tedesco in generale fa una bella figura. **Ma dov' è che davvero non se ne può fare a meno?** «Non dimentichiamo che la Germania è il nostro primo partner commerciale: nell' area dell' import-export e negli istituti di credito più impegnati su quel fronte, senza il tedesco non si va da nessuna parte. Per non parlare del turismo, evidentemente, dove i tedeschi sono molto presenti, soprattutto in certe aree costiere». E a livello di management? «Naturalmente per arrivare ai piani alti delle filiali italiane di aziende tedesche è necessaria una buona conoscenza della lingua. Diversi top manager italiani, come Franco Tatò, sono arrivati in alto dopo aver fatto carriera in un' azienda tedesca. E lì non si scherza, non basta una conoscenza superficiale, che si sgretola alla prima difficoltà». Il guaio è che gli italiani spesso credono di conoscere le lingue, ma alla prova dei fatti non le sanno davvero. Magari masticano qualche parola, ma quando si tratta di sostenere una conversazione approfondita restano al palo... «Non siamo certamente un popolo di poliglotti. Basti pensare che del mio dizionario "Il Tedesco nell' Economia", pubblicato in Italia da Zanichelli e in Germania da Langenscheidt, sono state vendute molte più copie in Germania che in Italia. Ma mentre la Germania è la locomotiva economica d' Europa, in Italia i tedeschi ci vengono perlopiù per trascorrere le vacanze. Quindi dovrebbe essere più importante per noi approfondire il tedesco economico, piuttosto che l' italiano economico per loro. E invece succede il contrario. Si tratta evidentemente di una differenza culturale: i tedeschi studiano le lingue più in profondità rispetto agli italiani». Nei suoi corsi lei insegna il linguaggio dei mercati finanziari, della contrattualistica, della fiscalità. Chi viene a imparare queste cose? «Quando si parla di contratti e bisogna scendere nei particolari, non si contano i casi in cui un affare non va in porto proprio per l' ignoranza nella lingua del partner. **Fra i miei studenti ci sono molti lavoratori, che ritornano a studiare dopo essere usciti da facoltà scientifiche o da Economia, quando si rendono conto che manca qualcosa d' importante alle loro conoscenze. Anche per chi ha compiuto studi storici, filosofici o archeologia, se vuole andare in profondità, la conoscenza del tedesco diventa indispensabile**». Quali sono le altre lingue, oltre l' inglese, che insidiano lo studio del tedesco? «C' è molto interesse per lo spagnolo, direi quasi prevalente ormai sul tedesco. Da un lato è più facile per gli italiani, dall' altro attrae per la sua vasta diffusione e per l' estremo dinamismo dell' economia iberica. Ma avanza rapidamente anche il cinese, che qui a Mediazione linguistica si sta attestando come quarta lingua: un fenomeno che va di pari passo con la crescente delocalizzazione delle imprese manifatturiere verso Oriente». *



Piergiulio Taino, autore del dizionario Zanichelli «Il tedesco dell' economia», è docente di Lingua tedesca alla Statale di Milano e ha insegnato per 15 anni alla Scuola superiore per interpreti e traduttori dell' università di Trieste, dopo una laurea in Lingue alla Cattolica e un dottorato a Colonia.

Elena Comelli

Da *Il Corriere della Sera* – 8 giugno 2007

3. Articoli di interesse

3.1 Germania: motore d'Europa

Il modello tedesco

Imparare il tedesco significa per un giovane avvicinarsi ad un Paese che rappresenta da anni un modello avanzato di economia, tecnologia, avanguardia ambientale, cultura. L'annuale sondaggio BBC World Service Country Rating Poll realizzato dalla BBC sull'immagine dei diversi Paesi del mondo nell'immaginario comune ha visto nel 2011 il sorpasso della Germania, che è salita al primo posto come Paese più ammirato al mondo. Dal sondaggio è emerso che i tedeschi riscuotono l'approvazione del 62% delle persone intervistate a livello globale, classificandosi così al primo posto e superando il Regno Unito che si ferma a quota 58%. Al sondaggio hanno partecipato circa 29mila persone di 27 Paesi diversi.

Gran Bretagna scalzata dalla Germania nella posizione di Stato più ammirato nel mondo. E' quanto emerge dall'Annual Bbc World Service Country Rating Poll.

SFIDA TRA LONDRA E BERLINO - Dal sondaggio è emerso che i tedeschi riscuotono l'approvazione del 62% delle persone intervistate a livello globale, classificandosi così al primo posto e superando il Regno Unito che si ferma a quota 58%.

Al sondaggio hanno partecipato circa 29mila persone di 27 Paesi diversi. A ciascuno di loro è stato chiesto se l'influenza di 16 Stati e dell'Unione europea fosse positiva o negativa. La Gran Bretagna è stata valutata negativamente da due Paesi: Pakistan e Messico. Il Pakistan inoltre si è diviso esattamente a metà per quanto riguarda la percezione della Germania, mentre tutti gli altri Paesi si sono espressi in modo favorevole nei confronti dei tedeschi.

CLASSIFICA GLOBALE - Nella classifica globale, al terzo posto ci sono a pari merito Giappone, Canada e Unione europea con un gradimento del 57%. Seguono quindi la Francia con il 52%, gli Stati Uniti e il Brasile con il 49%, la Cina con il 44%, l'India e il Sud Africa con il 42%, la Corea del Sud con il 36%, la Russia con il 34%, Israele con il 21%, il Pakistan con il 17%, la Corea del Nord e l'Iran con il 16%. La Germania, oltre a conquistare la prima posizione, guadagna tre punti percentuali nel gradimento rispetto all'anno scorso.

da: Il Sussidiario.net del 21 marzo 2011

<http://www.ilsussidiario.net/News/Curiosita/2011/3/21/SONDAGGIO-BBC-La-Germania-supera-l-Inghilterra-come-Paese-piu-ammirato-al-mondo/160580/>

Nasce la prima Borsa al mondo - Wall Street parlerà tedesco

Fusione tra Nysee Euronext. Ai soci di Francoforte va il 60%

FRANCOFORTE CONQUISTA WALL STREET UNA RIVINCITA CHE PARTE DA LONTANO

Non sarà un nuovo giorno dell'infamia, come quello giapponese dell'attacco a Pearl Harbour. Ma la conquista del New York Stock Exchange da parte della Borsa di Francoforte è uno di quei passaggi dove la Storia si diletta a concentrare simbolismi, ironie e metafore.

Nessuna istituzione ha rappresentato e rappresenta l'America come la Borsa di Wall Street, casa avita del capitalismo. In oltre due secoli di vita, è stata di volta in volta il motore della straordinaria crescita delle sue *corporation*, il giudice spietato della loro capacità di adattamento e innovazione, il luogo di ogni eccesso e nefandezza, l'amplificatore delle disparità di ricchezza ma anche la placenta della più grande classe media della Storia. Comprensibile quindi che a New York qualcuno si stracci le vesti.

La vulgata ufficiale è che si tratti di una "fusione tra eguali". Ma come spiega Der Spiegel titolando la notizia, "i tedeschi hanno il ruolo del senior partner e vogliono in futuro dominare il mercato mondiale". Di fatto, la Deutsche Börse controllerà il 60% della nuova company e avrà 10 dei 17 posti del board, al cui vertice siederà Reto Francioni, l'attuale gran capo di Francoforte.

Il nuovo gigante sarà il più grande operatore borsistico del mondo, con un valore capitale combinato pari a circa 26 miliardi di dollari e il totale controllo anche delle piazze di Parigi, Londra e Amsterdam.

Se forte è la suggestione di una pacifica rivincita tedesca, 65 anni dopo la vittoria americana nella Seconda guerra mondiale, se irresistibile appare la conclusione sulla superiorità del capitalismo renano rispetto al ruvido ma creativo darwinismo del modello americano, è bene non farsi prendere la mano da considerazioni troppo impressionistiche.

Se infatti la Germania è oggi nuovamente di moda e protagonista è anche perché da dieci anni a questa parte è diventata un po' più americana, grazie a una serie di riforme che, per esempio, ne hanno rimesso in movimento il mercato del lavoro e hanno alleggerito significativamente i carichi del suo stato sociale. E' un Paese che ha saputo assorbire a tempo di record, vent'anni, un battito di ciglia della Storia, una riunificazione complessa e difficile sul piano economico, psicologico, culturale. E che oggi intende giocare nella Champions League della globalizzazione. E non da sola ma insieme all'Europa, non più passaporto per l'accettazione nella comunità internazionale, ma interesse strategico vitale. Non bisogna temere questa Germania. Anche se occorrerà giocare con le sue regole. Come diceva Goethe, i tedeschi sanno correggere, non aiutare.

Paolo Valentino

Corriere della Sera, mercoledì 16 Febbraio 2011

3.2 La Germania incontra l'Italia

Grosseto - Sapori della Maremma nella grande distribuzione tedesca – 12.11.2010

Nei giorni scorsi la **Camera di Commercio di Grosseto** ed il Consorzio Grosseto Export hanno ricevuto l'amministratore delegato della catena di grandi magazzini tedesca Perfetto-Karstadt.

L'amministratore era accompagnato da due buyers e dal funzionario della Camera di Commercio italiana all'estero di Francoforte, la dottoressa Anna Turco. Perfetto-Karstadt conta ben 43 punti vendita nelle più grandi città della Germania (comprese Berlino, Amburgo e Monaco), in cui è possibile trovare una grande varietà di vini e specialità agroalimentari. Le aziende maremmane che partecipano all'incontro saranno 49, a riprova del grande interesse suscitato dall'arrivo di questa prestigiosa organizzazione. L'11 novembre scorso, al Grand hotel Granduca di Grosseto, le aziende hanno avuto modo di esporre, far conoscere e far degustare i propri prodotti e le proprie specialità mentre venerdì 12 la delegazione tedesca ha visitato le aziende che più hanno destato il loro interesse. L'incontro con Perfetto-Karstadt fa parte della numerosa serie di appuntamenti con delegazioni di buyers stranieri che si stanno svolgendo in questo autunno a Grosseto ed ha l'obiettivo di selezionare vini e specialità agroalimentari del territorio da inserire in un'importante campagna promozionale dedicata espressamente al territorio ed ai prodotti della Maremma Toscana che si svolgerà, nel corso del 2011, in tutti i punti vendita della catena.

Camera di Commercio di Grosseto, Ufficio Stampa, e-mail: ufficio.stampa@gr.camcom.it
Fonte: Newsletter UTC N° 38 2010

■Bio-Export: in Maremma una delegazione di catene tedesche

Grosseto: Importante iniziativa promossa da Grosseto Export in collaborazione con la Provincia e il Far Maremma, nell'ambito del progetto "Bio –Export" finanziato dall'Asse 4 Metodo Leader. Da mercoledì 15 a venerdì 17 giugno, sarà in Maremma una delegazione tedesca composta da alcuni operatori della SuperBioMarkt e della Bio Company, che sono due catene leader in Europa nella commercializzazione di prodotti biologici. Lo scopo della visita è quello di conoscere, degustare e selezionare le migliori specialità agro-alimentari e vinicole biologiche del nostro territorio, al fine di realizzare una campagna promozionale di prodotti della Maremma, già nell'anno in corso, all'interno dei loro punti vendita. Oggi la Germania insieme alla Svizzera rappresentano il mercato più importante per i prodotti da agricoltura biologica e i soggetti che saranno in visita in provincia di Grosseto, per volumi di fatturato e qualità dei prodotti presenti nei loro punti vendita, sono due eccellenze assolute non solo a livello tedesco ma europeo. SuperBioMarkt ha 15 supermercati nella Germania dell'Ovest (Nordreno-Vestfalia e Bassa Sassonia) mentre Bio Company conta ben 25 negozi nell'area di Berlino, Glinicke, Potsdam e Dresda. I prodotti presenti nel loro assortimento vanno dalla frutta e verdura, alla carne, al formaggio, al vino, all'olio bio. Gli operatori tedeschi arriveranno in Maremma il 15 giugno. Durante la giornata del 16 giugno, alle 11 al Polo Fieristico di Braccagni (Grosseto Fiere), incontreranno 22 aziende locali che producono biologico. I colloqui saranno preceduti da un seminario che inizia alle ore 9, dal titolo "Biologico: un'opportunità per i prodotti agroalimentari sui mercati esteri." Interverranno Maurizio Bonanzinga della Regione Toscana, Enzo Rossi, assessore allo sviluppo rurale della Provincia di Grosseto, Daniele Lombardelli, presidente del Grosseto Export e Francesco Tapinassi direttore dell'Apt di Grosseto. Al termine della giornata di incontri, la delegazione sarà ospite dell'Azienda Agricola di Alberese che offrirà una cena a base di specialità maremmane biologiche nella suggestiva cornice della Fattoria Granducale di Alberese. Il 17 giugno la delegazione visiterà le aziende che più hanno attirato la loro attenzione e per cena saranno ospiti della Selva di Karl Egger, la più importante azienda che produce biologico della Maremma, ormai da anni fornitrice di entrambe le catene tedesche. La delegazione ripartirà alla volta delle Germania sabato, 18 giugno.

Pubblicato da www.maremmanews.it lunedì 13 Giugno 2011

Italia: meta preferita dei tedeschi, cresce la spesa turistica



Trend di crescita per il turismo tedesco in Italia. Alla vigilia dell'ITB di Berlino, il presidente Enit Agenzia Matteo Marzotto conferma i dati resi noti alla fine del 2010, che vedono la **Germania** come **primo mercato per il Belpaese**, con un totale di **10 milioni di visitatori**.

“La ripresa dell’economia tedesca, che prevede un aumento del Pil di circa il 2,2% per l’anno in corso – dice Marzotto –, superiore a quella degli altri Paesi europei, ha avuto una ricaduta positiva anche sulla domanda turistica. Lo attestano i dati della Banca centrale tedesca che registrano, nel periodo gennaio-settembre 2010, un trend in leggero aumento della spesa complessiva dei tedeschi in Italia, con 4,49 miliardi di euro rispetto ai 4,45 miliardi di euro dello stesso periodo dell’anno precedente”.

Prenderà infatti il via il 9 marzo 2011, a Berlino, la 45ª edizione della ITB, la Fiera di settore più importante nel panorama turistico internazionale, con 180 mila visitatori, oltre 11 mila espositori provenienti da circa 190 Paesi, 7 mila giornalisti accreditati ed un record di volume di affari di circa 6 miliardi di euro per contratti conclusi.

Un must la presenza in Fiera per tutti gli addetti al settore ed un appuntamento atteso con grande interesse da parte del grande pubblico.

Presso lo spazio allestito dell’ ENIT-Agenzia nel Padiglione 1.2, di mq. 1.300 mq, saranno ospitate 13 Regioni italiane (Abruzzo; Basilicata, Campania, Friuli V: Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna e Sicilia) e numerosi operatori privati iscritti al Club Italia. Il tradizionale incontro con i rappresentanti della stampa internazionale è programmato per il giorno di apertura 9 marzo, alle ore 14, presso lo stand ENIT, in Piazza Italia. E’ prevista la partecipazione degli Assessori Regionali al Turismo presenti alla manifestazione berlinese.

Numerosi gli altri appuntamenti in programma per sostenere la promozione dell’ Italia turistica, tra i quali si segnalano le conferenze stampa in favore della Regione Lazio (il 9 marzo, alle ore 16), della Regione Campania (giovedì 10 marzo, alle ore 11), della Provincia di Oristano (giovedì 10 marzo, alle ore 13), della Provincia di Siracusa (venerdì 11 marzo, alle ore 11), della Regione Sicilia (venerdì 11 marzo alle ore 12), di Roma Capitale (venerdì 11 marzo alle ore 16,15).

“L’ ITB rappresenta il banco di prova del trend turistico per il nostro Paese e le previsioni per l’anno in corso sono orientate all’ottimismo – fa sapere il Direttore Generale, Paolo Rubini. Questo perché il nostro Paese offre emozioni interessanti ed uniche ai suoi turisti, ma anche perché negli anni abbiamo costruito un ottimo rapporto con i T.O. e gli agenti di viaggio tedeschi, che intelligentemente ampliano sempre di più i cataloghi dedicati all’Italia, sia aumentando l’offerta delle destinazioni tradizionali, sia recentemente, inserendo anche nuove e stimolanti destinazioni turistiche italiane con anche un interessante rapporto qualità/prezzo.”

Fonte: ENIT

Publicato il 9 marzo 2011 su <http://www.girofvg.com/18778/italia-meta-preferita-dei-tedeschi-cresce-la-spesa-turistica.html>

I dati: Il dossier del Touring club: soggiorni più corti

Si va più all'estero (ma si spende meno)

E le trasferte d'affari fanno scoprire le città

MILANO – La voglia di viaggiare è più forte della crisi. Certo, i soggiorni si accorciano, i soldi a disposizione sono quelli che sono, la caccia alle offerte è sempre più spasmodica. Però il numero di chi arriva in Italia per trascorrere le vacanze rimane pressoché invariato, e gli italiani che partono per l'estero sono addirittura in aumento. (il 3 per cento in più). Non era affatto scontato che il turismo evitasse il tracollo, anzi. E sfogliando il “TurisMonitor zero”, il libro-dossier del Touring club italiano che verrà presentato sabato alla Bit, si trovano persino delle buone notizie.

Gli stranieri, prima di tutto. Nel 2009 sono stati 38,9 milioni e hanno lasciato in Italia qualcosa come 26 miliardi di euro, una cifra che però è più bassa (del 7,8 per cento) rispetto all'anno precedente (si tratta di stime, ottenute incrociando dati Istat e della Banca d'Italia, non ancora comprensive della stagione invernale).

Anche i 23,9 milioni di nostri connazionali che se ne sono andati all'estero hanno fatto un po' di economia, spendendo il 4,3 per cento in meno rispetto al 2008. In calo arrivi e incassi del turismo domestico: gli italiani che hanno scelto di viaggiare in Italia sono stati il 2,6 per cento, (38,7 milioni) e la loro spesa ha registrato una flessione del 4,2 per cento.

A soffrire maggiormente la crisi sono le strutture alberghiere tradizionali: “I soggiorni durano in media 3-4 giorni e, soprattutto nelle città d'arte, la formula preferita dai vacanzieri è quella degli "aparthotel" - spiega Massimiliano Vavassori, direttore del Centro Studi del Touring - Si tratta di appartamenti in affitto gestiti da società immobiliari che garantiscono i servizi di un hotel. L'offerta attraverso internet è ormai molto ricca e con gli stessi prezzi di un albergo a due e tre stelle si hanno camere assai più confortevoli e in posizioni più centrali”. Si può poi parlare di vero e proprio boom per le “vacanze verdi” (i posti - letto negli agriturismi sono cresciuti del 22,8 per cento negli ultimi 10 anni e per le crociere nel Mediterraneo (nel 2008 i passeggeri imbarcati in Italia sono stati 1 milione 682 mila, contro il milione della Spagna).

Le mete estere preferite dagli italiani si confermano quelle classiche: la Francia al primo posto con 28 milioni di pernottamenti, poi la Spagna con 21 e gli Stati Uniti con 16,3 (sempre più gettonati Egitto e Marocco, soprattutto grazie all'offerta di voli low cost). **I più innamorati dell'Italia sono i tedeschi, che da soli rappresentano quasi il 30 per cento dei nostri turisti stranieri (negli anni scorsi avevano raggiunto anche il 40 per cento:** a farci concorrenza sono Croazia e Turchia anche se compensiamo l'emorragia attirando più olandesi, svizzeri e russi). Dopo i cittadini della Germania, ecco gli inglesi (1'8 per cento), gli statunitensi (7,8) e i francesi (6,3).

Guardando la distribuzione dei turisti stranieri sul nostro territorio, colpisce che in zone costiere della Puglia e della Calabria siano meno del 15 per cento del totale dei vacanzieri. “E' un vero peccato, anche perché la bellezza naturale e le strutture non mancherebbero affatto - afferma Roberto Ruozi, presidente del Touring - Quello che manca è piuttosto una politica di marketing all'estero adeguata. Con l'Enit (l'Agenzia nazionale del turismo, ndr) in ristrettezze, sarebbe ora che enti pubblici e albergatori abbandonassero l'individualismo e cominciassero a promuoversi in sinergia, anche sfruttando meglio le potenzialità offerte dal web”. Dei quasi 40 milioni di stranieri che arrivano in Italia, 13 milioni sono in viaggio di lavoro: “Il turismo "business" è una fetta importante del nostro mercato soprattutto nel Nord Est- spiega Mara Manente, docente di Economia e politica dei sistemi turistici dell'Università Ca' Foscari di Venezia - L'ideale è però che si sviluppino accanto alle strutture tradizionali, altrimenti accade quello che è successo a Treviso pochi anni fa: una città impreparata di fronte al flusso di turisti attirati dalle mostre degli impressionisti”.

Fabio Cutri , Corriere della Sera del 18 Febbraio 2010

Dati Bankitalia: cresce la spesa turistica degli stranieri in Italia

Data: 20-09-2010 Autore: Redazione ONT Osservatorio Nazionale del Turismo

Nel primo semestre 2010, gli stranieri che hanno trascorso le vacanze nel nostro paese hanno speso 6.870 milioni di euro, oltre il 10% in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (6.244 milioni di euro). A rilevarlo è l'indagine campionaria sul turismo internazionale realizzata mensilmente dalla Banca d'Italia.

In dettaglio, nei primi sei mesi del 2009, i principali mercati esteri che hanno speso di più per turismo in Italia, sono stati nell'ordine: Germania, Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Austria. Situazione analoga anche per il 2010, seppur con qualche variazione. La Germania, con il più alto numero di viaggiatori per motivi di vacanza, si conferma in vetta alla classifica con una spesa turistica pari a 1.375 milioni di euro. Gli Stati Uniti mantengono la seconda posizione con 743 milioni di euro, a fronte di un numero di vacanzieri che è rimasto pressoché invariato in confronto allo scorso anno.

I turisti provenienti dalla Francia, sebbene siano diminuiti rispetto al 2009 (-13%), hanno speso 554 milioni di euro scavalcando, così, il dato del Regno Unito, pari a 547 milioni di euro, in calo di quasi sei punti percentuali.

In valore assoluto, le variazioni più significative sono da attribuire alla spesa turistica della Germania, in aumento di 120 milioni di Euro rispetto al 2009, seguita dalla Russia con 99 milioni di Euro e dall'Austria, che ha generato una spesa superiore di 74 milioni di Euro a quello dello scorso anno. In termini percentuali, invece, le migliori performance riguardano alcuni paesi emergenti, tra i quali il Brasile (+93,5%), Russia (+71,7%) e Cina (+59,3%).

da: http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in_evidenza/Dati_Bankitalia_cresce_la_spesa_turistica_degli_stranieri_in_Italia

SCARLINO

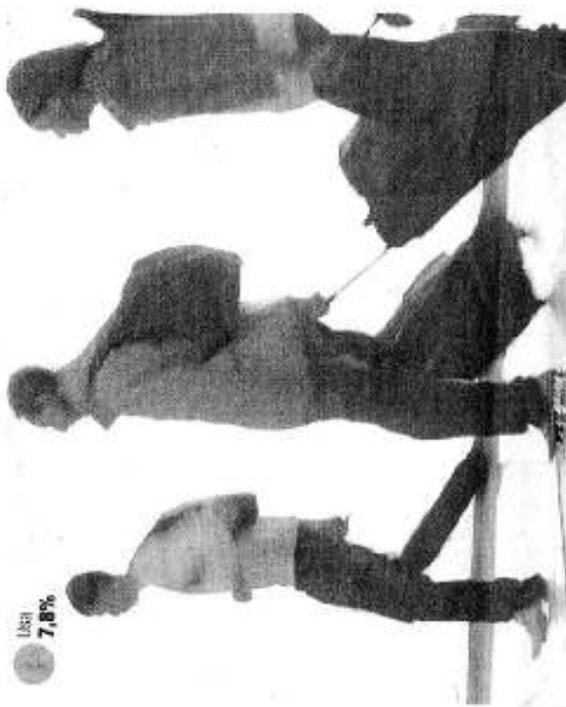
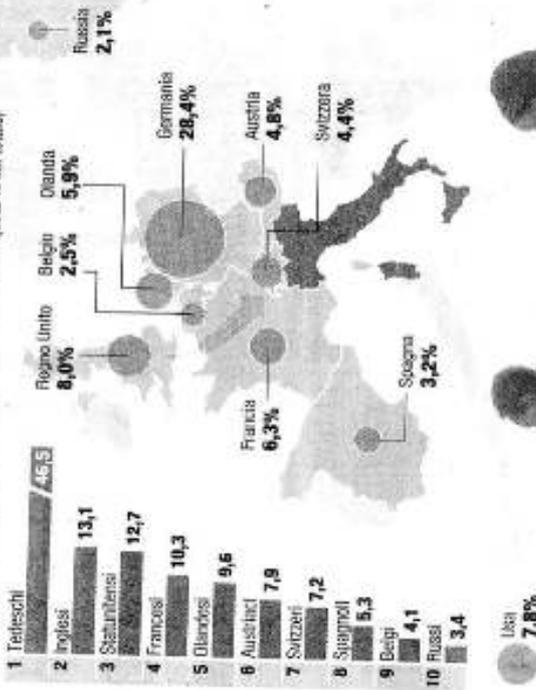
Turismo - Tedeschi e francesi i più affezionati ai nostri tesori

NON SOLO mare. A Scarlino il turismo fa rima pure con cultura, in base ai numeri forniti dal Comune a bilancio della stagione appena conclusa. «Dal luglio 2008 è aperta *la Porta del Parco tecnologico* della Rocca Pisana di Scarlino - ricorda il sindaco Maurizio Bizzarri - che oltre a essere Info Point, come Porta del Parco, è anche il punto di partenza per le visite all'area archeologica ed al Centro di documentazione *Riccardo Francovich* di Scarlino». L'apprezzamento dei visitatori lo si misura dai numeri. "A ottobre non erano ancora terminate le richieste per le visite guidate, che avevano superato le seimila unità già in settembre. Grazie all'estensione dell'apertura al fine settimana - spiega il sindaco - è stato possibile visitare anche il Centro di documentazione *Riccardo Francovich*, nel centro storico. E dall'aprile 2009 siamo riusciti ad aprire il Museo archeologico del Puntone il cui allestimento è ultimato: nel 2010 la sua apertura è stata garantita dall'Ufficio informazioni turistiche: ha avuto una buona affluenza di visitatori (900) ma ci aspettiamo di più». Bilancio positivo anche per gli InfoPoint: «Siamo soddisfatti dell'affluenza di quello all'ex Mattatoio comunale, in località Imposto: ha totalizzato ben 1.680 presenze, il 40% di turisti tedeschi, francesi e olandesi, ed il 60% di italiani.

Grande successo anche per le iniziative enogastronomiche organizzate proprio dall'InfoPoint del Mattatoio, gestite dall'associazione Strade del Vino, per valorizzare i prodotti tipici di Scarlino. La strada è giusta».

Le vacanze in cifre

I TURISTI STRANIERI IN ITALIA (presenze in mln e quota % sul totale)



LE METE DEGLI ITALIANI ALL'ESTERO (presenze in mln e quota % sul totale)



4. Il paradosso

4.1 Il tedesco nelle scuole

A fronte dei dati fin qui esposti, e nonostante la domanda di competenze linguistiche proveniente da tutto il mondo produttivo e dal turismo, la lingua tedesca risulta inspiegabilmente sempre meno scelta nelle scuole dagli studenti e dalle famiglie, con gravi ripercussioni nel mercato del lavoro, dove offerta e domanda sembrano allontanarsi sempre più.

In un territorio come quello toscano, che chiede con sempre maggiore forza giovani in grado di comunicare in tedesco con clienti, fornitori e turisti, si affacciano nel mondo del lavoro sempre più giovani che accanto all'inglese si propongono come parlanti spagnolo, evidenziando un incredibile, evidente scollamento della scuola rispetto alle esigenze del mondo imprenditoriale.

"L'insegnamento del tedesco rischia di sparire dalle scuole"

APPELLO LANCIATO DA DUE PROFESSORI DEL LICEO SPEZIA

E' stata la lingua di grandi scrittori, filosofi, scienziati e musicisti. Basta pensare a Goethe e Schiller, a Mozart, Beethoven e Bach, ad Albert Einstein e Max Plank per ricordare che negli ultimi due secoli la Cultura europea ha parlato tedesco.

Se l'uomo e' andato sulla Luna lo deve a Werner von Braun: un tedesco. Una lingua che nelle scuole del Vco rischia di sparire. A dare l'allarme sono i docenti della lingua di Goethe, una trentina presenti fra medie e superiori in una quindicina di istituti, che tra la riforma che ha ridotto le ore di lingue ed una certa percezione del tedesco come materia difficile rischiano di veder sparire non solo una materia scolastica, ma un patrimonio culturale fondamentale per capire l'Europa di oggi.

A farsi portavoce del problema sono due insegnanti del Liceo "Spezia" di Domodossola: Licia Panighini e Isabel Gutierrez che interpretano anche il pensiero dei loro colleghi ed hanno rivolto un appello ad enti ed istituzioni affinché non si lasci "morire" la lingua tedesca nelle scuole. "Da qualche anno si assiste ad una progressiva riduzione dell'insegnamento della lingua e civiltà tedesca – dicono le insegnanti - in contraddizione con le reali esigenze del nostro territorio ed in controtendenza con i flussi turistici e commerciali che vedono aumentare gli scambi economici con i Paesi germanofoni. Vogliamo segnalare come questa carenza finisca in prospettiva anche breve con il privare i nostri giovani di una serie di opportunità di studio, lavoro oltre che di arricchimento culturale". Si insegna tedesco in una decina di scuole medie e per le superiori allo Spezia ed Einaudi di Domodossola, Itc di Omegna, Cobianchi e Ferrini di Verbania. A sostenere le tesi dei docenti del Vco arriva anche il presidente della Camera di Commercio Tarcisio Ruschetti. "L'inglese e' la lingua principale, ma per il nostro territorio il tedesco e' estremamente importante - precisa Ruschetti - e faccio due esempi: per il casalingo la Fiera principale e' quella di Francoforte e per il Turismo Berlino. La Germania e' il nostro partner commerciale più importante sia per quanto riguarda l'industria, compresa quella estrattiva, che il turismo. Basta fare un giro negli alberghi per rendersene conto". I dati di Unioncamere confermano come la lingua tedesca sia la seconda usata in tutto il Piemonte dopo l'inglese e davanti al francese ed all'arabo e cinese. "A tutte queste considerazioni vi sono poi da aggiungere - proseguono i docenti di lingua tedesca - il fatto che noi del Vico confiniamo con il Vallese e che il tedesco e' sul web la lingua più usata dopo l'inglese ed e' usata nel mondo del lavoro tanto che molti documenti della Comunità Europea vengono redatti in tedesco".

Autore: Vincenzo Amato

Da *La Stampa* - 3 marzo 2010, pag 53

LA SOLITUDINE DEGLI STUDENTI DI TEDESCO

PAOLO GIORDANO*

L'omologazione non ha a che vedere soltanto con la marca di scarpe indossate («Voglio anche io le Converse». «Ma se non ti sono mai piaciute». «Sì, però le hanno tutti»), con la lunghezza della frangia, oppure con i piercing e i tatuaggi sparpagliati per il corpo. Queste non sono che le sue forme più riconoscibili e, con buona probabilità, le più innocue. L'omologazione, quella profonda, è legata piuttosto al percorso, alle esperienze accumulate, alla formazione. Nasce, prima che dalla voglia - lecita e spesso passeggera - di annullare le differenze con i propri coetanei, da una certa indolenza, spesso di natura genetica e quindi trasmissibile dai genitori ai figli.

L'omologazione è la strada più ovvia, quella che viene naturale percorrere, se ci si abbandona mollemente al flusso biologico e sociale dell'età che avanza. Il rischio è di trovarsi, a un certo punto, incastrati in un canneto, o peggio ancora, in balia delle rapide, sbatocchiati malamente da una roccia appuntita all'altra, incapaci di fare due bracciate per portarsi in salvo. Di solito avviene quando è già troppo tardi, quando, per rispondere alle domande cruciali su di sé, che tanto prima o poi arrivano - ma chi sono io? Che cosa ho di veramente speciale? - viene in mente solo il silenzio. Per mettersi al riparo da questo insidioso senso di nullità (già dilagante tutto intorno a noi), occorre crearsi dei punti di forza, occorre scegliere - in definitiva, si tratta davvero di scegliere - delle peculiarità che rendano unico il nostro percorso in mezzo agli infiniti altri. Proprio per questo, la lettura, così spesso chiamata in causa con una retorica fastidiosa, costituisce un'opportunità reale, perché allarga la nostra esperienza, spesso così «ovvia», ad altre, più straordinarie, lontane e imprevedibili. Ma non è che un esempio. Si può praticare un'arte marziale dal nome impronunciabile - ninjutsu, taijutsu, viet vo dao, tae kwon do - e abbracciarne la filosofia connessa, si può vivere approfonditamente i Vangeli, imparare a memoria la formazione del Chelsea e del Manchester, suonare l'oboe, oppure imparare il tedesco. Dal mix di diverse discipline, meglio se molto specifiche, nascerà infine una formazione unica e - potete scommetterci - una personalità unica.

Fra le possibilità menzionate, io ho scelto, in parte per curiosità e in parte per accidente (un modulo di iscrizione consegnato davvero troppo in ritardo), di studiare il tedesco alle scuole superiori, nella sezione B del Liceo Scientifico «Gino Segrè» di Torino. Per questo, quando ho sentito dell'appello che i ragazzi della mia sezione (come si chiamano? Discendenti? Posterì?) hanno fatto tramite i quotidiani, affinché il tedesco non sparisse dalla loro scuola, a causa delle poche iscrizioni e delle nuove perfide norme approvate dal ministro Gelmini, mi sono sentito chiamato in causa. E il primo pensiero che ho fatto è stato: sarebbe un peccato, davvero un peccato, che un'opportunità del genere venisse cancellata, sarebbe un passo in più verso un'insipida omologazione. Perché, se c'è un aspetto più degli altri che mi fa percepire come speciale la mia formazione liceale, è proprio lo studio del tedesco, della lingua come della letteratura. So bene quello che si dice in giro: «Il tedesco? Ma sei pazzo? È difficile. Pensa che ha il nominativo, l'accusativo eccetera... Come si chiamano? I casi, ecco, come il latino. E poi è una lingua dura». Parzialmente vero. Vero. Del tutto falso, rispettivamente. Non è una lingua semplice (quale lingua lo è, d'altronde?), è senz'altro molto strutturata (quindi fa anche molto bene alla testa), ma non è affatto «dura» o «sgradevole», e chiunque mastichi un po' di tedesco lo sa bene.

L'inglese è indispensabile, ce lo ripetono da anni e lo ripeto anch'io. Il tedesco è un di più, ma è un di più che, una volta imparato e visto da una distanza sufficiente, risulterà altrettanto indispensabile, perché farà la differenza, quando un uomo corpulento dall'altra parte di una scrivania vi domanderà minaccioso: «E... quali lingue parla?».

Ora, il problema dei ragazzi della sezione B, la mia sezione B, è semplice e cruciale: se non ci sono abbastanza iscritti, la classe di tedesco non si può formare e l'intera sezione perderà la sua insegnante. Il messaggio di questo articolo è altrettanto chiaro: iscrivetevi - iscrivetevi i vostri figli - alla sezione di tedesco, voi, ragazzi di terza media, che il prossimo anno farete il grande salto e voi, genitori degli stessi ragazzi, che li tirerete su dalle braccia per aiutarli a saltare. Non iscrivetevi/inscrivetevi per salvare la sezione B, ma per salvarvi/salvarli dall'omologazione. Di sicuro questo non basterà, ma è un'occasione, e le occasioni, si sa, vanno prese quando si presentano, una alla volta. Dopo, sarà già troppo tardi. Herzliche Grüße.

**autore del romanzo «La solitudine dei numeri primi»*

Da La Stampa - 9 maggio 2009

5. Ricollegare la scuola al territorio

5.1 La promozione del tedesco

Numerosi docenti si sono attivati per denunciare la progressiva soppressione di cattedre di lingua tedesca, frutto di questo inspiegabile scollamento tra le esigenze del territorio e l'offerta linguistica delle scuole, che sempre più frequentemente penalizza questa lingua.

Anche nella nostra regione sono spesso i singoli docenti a cercare di far comprendere l'importanza dello studio del tedesco, organizzando iniziative di promozione nelle scuole e sul territorio, come ad esempio il progetto "Il Tedesco per amico", stage linguistici in Germania, gemellaggi, corsi gratuiti di lingua finalizzati alla certificazione esterna, Mercatini di Natale nelle piazze, rassegna di cinema in Tedesco.

Conclusa la 2° edizione del 'Tedesco per Amico'

L'iniziativa, promossa dall'Istituto Professionale di Stato "Luigi Einaudi" di Grosseto, ha coinvolto 140 bambini delle classi Quinte di via Rovetta

Grosseto: Studenti dell'Istituto Professionale L. Einaudi tutor per l'insegnamento della lingua tedesca ai bambini delle scuole elementari. Con la consegna dei diplomi di partecipazione ai bambini delle scuole elementari del 5° circolo si è conclusa ufficialmente la seconda edizione de "Il tedesco per amico", attività creata per la promozione e la diffusione del tedesco nelle scuole della provincia. L'iniziativa, promossa dall'Istituto Professionale di Stato "Luigi Einaudi" di Grosseto, in collaborazione con l'associazione culturale Toskana auf Deutsch, ha coinvolto 140 bambini delle classi Quinte di via Rovetta, via Montebianco, via Pirandello e Braccagni e 22 alunni dell'Istituto Professionale Einaudi. Le professoresse De Gasparis, Mondelli e Piemontese, docenti di Tedesco presso l'Istituto Einaudi, hanno coordinato l'attività dei propri alunni che, attraverso simulazioni, giochi, canzoni e lavori di gruppo hanno avvicinato i bambini alla lingua tedesca senza sforzo e divertendoli. Gli incontri, come già avvenuto nello scorso anno scolastico, sono stati caratterizzati da un clima di grande entusiasmo, confermando così che, nonostante i noti pregiudizi, il tedesco può destare ad ogni età interesse e motivazione. Ancora una volta l'Istituto Professionale ha dato prova di modernità e impegno costante nella ricerca di nuove metodologie operative e didattiche, distinguendosi per la particolare attenzione alle esigenze del territorio e ai cambiamenti nel tessuto socio-economico della provincia. Presentando infatti il Tedesco ad alunni in procinto di scegliere la seconda lingua straniera alle scuole medie il Professionale svolge un utile servizio di orientamento per le famiglie, favorendo l'approccio con una lingua che, pur rivestendo una grande importanza nell'economia della nostra provincia, stenta a trovare spazi adeguati nelle scuole a causa di pregiudizi duri a morire. Questi i nomi degli alunni tutor che hanno collaborato con estrema professionalità all'attuazione di questo progetto:

Da www.maremmaNews.it 11-giugno 2008

Comunicato stampa di Tele Tirreno – Maremma Channel sul cineforum in lingua tedesca – 4 maggio 2006

Il “giovedì d’autore” del Cinema Stella è dedicato questo mese alla rassegna “Mai auf Deutsch”, “il maggio tedesco”. Si tratta di una iniziativa promossa dall’associazione culturale “Toskana auf Deutsch” in collaborazione con l’Istituto Professionale “L.Einaudi”.

Da stasera alle ore 21.00, e per i prossimi giovedì del mese, verranno proposti 4 film in lingua originale che permetteranno, agli amanti del cinema, di conoscere le nuove tendenze della filmografia tedesca. L’associazione Toskana auf Deutsch, che raccoglie docenti e amanti della lingua e della cultura tedesca della regione si propone, attraverso varie iniziative, di rendere più vicina la Germania e di abbattere tanti stereotipi e pregiudizi associati ad essa ed allo studio della lingua tedesca

Mai auf Deutsch

Giovedì d'autore



Solino

04-05-06

Solino ist ein sehr sehenswerter Film von Fatih Akin, der in der Zeit der sechziger Jahre spielt, als die ersten Gastarbeiter nach Deutschland kamen. Die Familie Amato macht sich auf den Weg von Italien nach Deutschland und zwar nach Duisburg. In Deutschland soll alles besser sein. Aber schon die Lebensumstände sind ganz anders. Deutschland ist kalt, die Wohnung ist im Arbeiterviertel und entsprechend klein und herunter gekommen, Obst wie in Italien gibt es nicht u.s.w. Gerade hier lohnt es sich den Film auf Italienisch zu sehen, weil viele Szenen sonst in Ihrer Bedeutung gar nicht rüber kommen.



Gegen die Wand

11-05-06

Ich betrachte "Gegen die Wand" als deutscher Exponent der Katharsistheorie: die Ge walt ist fast in jeder Szene dabei und nicht desto trotz bringt sie den Zuschauer dazu, über bestimmte Dinge nachzudenken. Schon am Anfang des Filmes versuchen die zwei Hauptdarsteller Selbstmord zu begehen: eine junge Türkin, die sich in einen Genarationens- und Kulturkonflikt mit ihrer Familie gerät und ein Penner, der sein Leben im Alkohol ertränkt. Versunken in dieser armseligen Lage treten sie mittels einer Zweckeher eine rökante und atemberaubende Pflicht nach Vorne an.



Bella Martha

18-05-06

Erlaue Zutatun, raffinierte Speisen, dazugefunde Kochtöpfe - dies ist die Welt, in der sich Spitzenköchin Martha zu Hause fühlt. Mit den Männern hat die Perfektionistin jedoch seit langem abgeschlossen, da sie lieber für sie leicht als von ihnen vernachlässigt zu werden. Als sie nach dem Unfalltod ihrer Schwester die achtjährige Nichte Li-na bei sich aufnimmt,holt Chefin Frida mit dem lebenslustigen Ersatzkoch Mario einen Rivalen in Marthas Reich. Die überforderte Martha muss daraufhin erkennen, dass es kein Rezept fürs Glücklichein gibt.



Fremder Freund

25-05-06

Wann sind zwei Freunde wirklich Freunde? Wann ist eine Beziehung eine echte Beziehung und wo hat Treue ihre Grenzen? Was kann man alles lösen, ohne es zu fühlen, und warum ist ein Film niemals einfach nur ein Film. Dieser Film hat nichts mit dem 11. September zu tun, auch wenn sich alles um diesen Tag herum dreht, als wäre er eine Zeitachse. Aber das hat mir niemand vorher gesagt, was ganz gut war, sonst wäre ich nämlich nicht runtergegangen.

Sempre con sottotitoli

Mercatino di Natale nel centro storico di Gavorrano

Quest'anno a Gavorrano una iniziativa che si richiama alla usanza più radicata e più amata in Germania (ma anche ormai in diffusione nel nord Italia) nel periodo prenatalizio per celebrare l'Avvento: il Mercatino di Natale . Domenica 18 dicembre a partire dalle ore 14 **si** potranno trovare nel centro storico del paese prodotti artigianali, degustazioni , animazione per bambini, musica.

Questo mercatino nasce dalla collaborazione dell'Istituto Comprensivo di Gavorrano e dell'Istituto "A.Rosmini" di Grosseto con l'Officina Hermes e con il Patrocinio del Comune di Gavorrano. Ha tra i protagonisti anche i ragazzi delle scuole di Gavorrano che hanno realizzato lavori e oggetti natalizi tipici, durante il percorso di studio della lingua e della civiltà tedesca. L'iniziativa è particolarmente sentita perché il territorio di Gavorrano ha una buona presenza di famiglie di origine tedesca. Potrà essere non soltanto un'occasione per comprare regali, e cose e cosette per decorare la casa e l'albero di Natale, ma anche semplicemente per guardare, passeggiare o per mangiare o bere delle specialità tipiche natalizie. E non si tornerà a casa senza aver gustato un bicchiere di buon vin brulé in una festa di colori, di sapori, di luci. (info : 0566/847069).

Gemma Lonzi – Ufficio Stampa del Comune di Gavorrano

<http://www.comune.gavorrano.gr.it/news.asp?IdL=1&Id=450>

SCARLINO - Viva la Germania !!! Il gemellaggio tra ragazzi adesso è realtà

L'EUROPA in classe. L'Istituto scolastico «Pascoli» di Gavorrano e Scarlino è protagonista di un progetto didattico che comprende il gemellaggio con una cittadina tedesca: da tempo, infatti, gli studenti della scuola media di Scarlino sono legati con Gerolzhofen e 21 alunni della Ludwig-Derleth-Realschule, accompagnati dalle insegnanti Gertrud Friedrich e Rita Leibl, hanno trascorso nove giorni in compagnia dei ragazzi scarlinesi, tra iniziative culturali e ricreative come l'accoglienza nelle sale Auser del Puntone e di Scalo, la visita a Massa Marittima, la gita a Roma e a Cala Violina. Tutto sotto la «regia» della dirigente scolastica Assunta Astorino e degli insegnanti. Ma un ruolo determinante è stato svolto anche dalle famiglie degli alunni, che hanno accolto in casa i piccoli tedeschi. Il prossimo appuntamento sarà proprio a Gerolzhofen: a primavera, infatti, alcuni alunni di Scarlino e di Gavorrano ricambieranno l'ospitalità.

Da La Nazione - 17.11.2010 <http://www.provincia.grosseto.it/rassegna/text.php?text=t211460>

L'istituto Einaudi e una scuola di Berlino partner dell'iniziativa di didattica linguistica "Cibo e cultura"

Italia e Germania si incontrano a tavola

GROSSETO - Sabato 14 aprile sono giunti a Grosseto gli studenti della scuola berlinese Ulrich von Hutten-Oberschule che, con gli studenti dell'istituto professionale Einaudi sono partner del Progetto "Cibo e cultura", una proposta di attività didattiche che rientra fra i progetti linguistici del programma Comenius.

E' la prima volta che la scuola grossetana partecipa ad un'iniziativa di questo genere e l'obiettivo primario è sicuramente lo sviluppo della competenza linguistica degli allievi. In senso più lato però, lo scopo principale dei progetti Comenius, quelli cioè che nell'ambito del più vasto programma europeo Socrates sono rivolti alle scuole, è quello di favorire la formazione di una vera cittadinanza europea e questo attraverso le varie attività di cooperazione, lo scambio di esperienze e di punti di vista, la conoscenza delle diverse culture, il lavoro su temi di interesse comune.

Già lo scorso ottobre si era svolta la prima fase del progetto, quando, per 15 giorni, gli studenti dell'Einaudi erano stati ospiti dei compagni tedeschi sotto la supervisione delle professoresse Elena Nevoni e Mariapia Piemontese. Durante il soggiorno, oltre a frequentare le attività didattiche pianificate dalla scuola ospitante, i ragazzi avevano potuto apprendere i segreti della cucina tedesca, frequentando la scuola e le famiglie, nonché scoprire la città, con i suoi monumenti e i suoi luoghi di aggregazione.

Adesso saranno i ragazzi italiani a far conoscere la Maremma e soprattutto la cucina italiana ai loro compagni d'oltralpe, perché il progetto indica il cibo, l'alimentazione e le sue implicazioni culturali come argomento unificante di tutti gli interventi. Durante l'anno gli studenti, seguiti e coadiuvati dalle professoresse Beatrice De Gasparis, Mariapia Piemontese e Sigrid Gräfe-Bentzin, si sono scambiati ricerche e materiali attraverso la rete telematica. Adesso, fino al 28 aprile, i giovani tedeschi saranno affiancati dai ragazzi italiani per svolgere un intenso programma di attività, che comprende, oltre le preparazioni culinarie, degustazioni e pranzi presso la sede dell'indirizzo alberghiero dell'Einaudi, escursioni didattiche presso l'oleificio Olma, la cooperativa dei pescatori di Orbetello, il caseificio di Manciano, nonché visite guidate a Grosseto, al Parco dell'Uccellina, al Parco dei Tarocchi, a Roselle e a Siena, escursioni organizzate e gestite dagli studenti dell'indirizzo turistico.

Una vera e propria kermesse del gusto e della cultura che faciliterà decisamente l'apprendimento delle lingue.

Gli studenti protagonisti del progetto "Cibo e cultura"



Da Il Tirreno, 19 aprile 2007

GROSSETO

Il gruppo del professionale: "Una vacanza entusiasmante"

Tuffo dell'Einaudi in Germania - Pronti a ripetere l'esperienza

GROSSETO - Un tuffo ad Heidelberg, dal 5 al 21 settembre. Protagonisti dell'avventura sono stati tredici studenti dell'istituto professionale Einaudi, che come ogni anno ha ripetuto l'iniziativa. E proprio i ragazzi che hanno vissuto l'avventura hanno scritto una breve nota per consigliare ai loro coetanei di non rinunciare a iniziative del genere. La scuola, infatti, da anni incoraggia la partecipazione dei suoi studenti a stage linguistici in Germania, perché da una parte costituiscono le prime concrete esperienze di uso di una lingua straniera e dall'altra rappresentano un momento significativo di crescita, stimolando anche una maggiore curiosità e apertura verso le altre culture. Ecco il racconto scritto la scorsa settimana dai giovani: "La giornata tipo – così riporta il “diario di bordo” degli alunni del professionale - era organizzata con lezioni la mattina e attività diverse nel pomeriggio. I corsi erano frequentati da ragazzi di tutte le nazionalità: la nostra insegnante si chiamava Gaby, una persona molto simpatica, che spesso scherzava con noi, anche se quando si trattava di fare sul serio non c'era più nessuno spazio per le battute. Facevamo tre ore di lezione tutte le mattine, un lavoro impegnativo, e per fortuna la professoressa qualche volta ci aiutava con qualche parola in italiano. Il pomeriggio ognuno tornava dai propri insegnanti per le visite guidate e lì facevamo attività fisica. Un giorno abbiamo visitato anche un castello: per arrivare fin lassù abbiamo dovuto salire oltre 300 scalini. Vi lasciamo immaginare le nostre facce stravolte. Un'altra bella avventura è stata quella dei venti chilometri in bici, ma per il panorama ne valeva davvero la pena. Insomma, le risate non sono mancate.

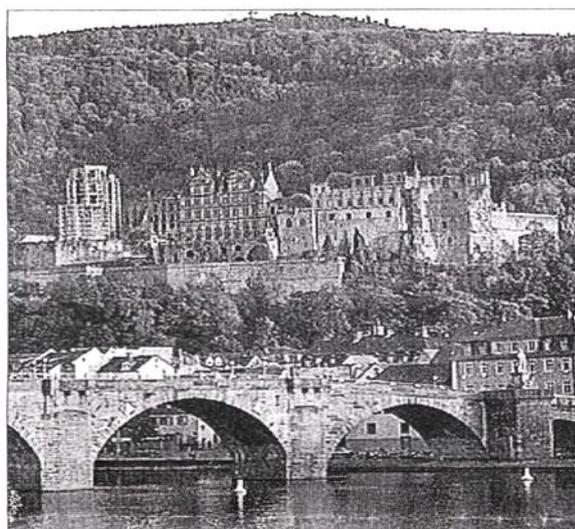
E' stata un'esperienza da rifare a occhi chiusi: la gente che ci ha accolto alla stazione è stata cordiale e non ci ha fatto sentire mai in imbarazzo. Quindici giorni sono passati troppo velocemente. E' stata un'esperienza bellissima, da rifare e soprattutto da non dimenticare. Abbiamo fatto nuove conoscenze, imparato a convivere e a condividere lo spazio con gli altri. Abbiamo conosciuto un'altra realtà".

E anche le insegnanti dei ragazzi concordano: "Il viaggio - confermano le professoressse Federica Corradi e Mariapia Piemontese - ha permesso di stabilire ottimi rapporti tra gli stessi ragazzi grossetani e tra le famiglie ospitanti, con le quali spesso si instaurano amicizie che durano anni. Da questa realtà dinamica l'apprendimento della lingua straniera riceve un incremento motivazionale e un interesse consapevole che si conserva nel tempo".

Ecco la giornata tipo dei giovani: al mattino lezioni di tedesco e nel pomeriggio escursioni organizzate dagli accompagnatori, mentre la sera i ragazzi restavano in compagnia delle famiglie. Tra le visite degli studenti meritano di essere ricordate quelle al celebre castello di Heidelberg, l'escursione al Luisenpark, il giro in bicicletta a Ladenburg e la tappa dell'ultimo giorno a Monaco di Baviera.

Marianna Colella

Da: Il Corriere di Maremma, ottobre 2009



Il castello Uno degli edifici storici di Heidelberg

5.2 Le iniziative delle istituzioni politiche e delle associazioni

La progressiva scomparsa dell'offerta di insegnamento del tedesco nelle scuole è stata recentemente denunciata dall'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, Ufficio Relazioni Internazionali e Lingue Straniere, con il dossier "Perché studiare il tedesco?", curato dalla dott.ssa Gisella Langé, Ispettrice Tecnica di lingue straniere, e da Rita Maria Scifo, Docente di lingua tedesca all'I.I.S. "Fabio Besta" di Milano.

Nella regione Veneto, l'assessore comunale Michielon ha più volte chiesto maggiore attenzione per la lingua tedesca (vedasi l'articolo apparso su La Tribuna di Treviso).

A scuola più tedesco e meno spagnolo

L'assessore Michielon scrive al provveditore, chiedendo più attenzione per la Germania. "Altrimenti i ragazzi non troveranno lavoro". Il problema si pone soprattutto nella scelta della seconda lingua da studiare

TREVISO. «Cari ragazzi non studiate lo spagnolo, magari sedotti dalla bella Shakira: se volete trovare lavoro da grandi come seconda lingua, oltre all'inglese, dovete studiare il tedesco». L'assessore comunale alla Pubblica istruzione Mauro Michielon lancia l'allarme al provveditore Giuliana Bigardi: nelle scuole trevigiane si studia sempre meno il tedesco, «lingua fondamentale per il Nordest». Michielon ha scritto alla Bigardi una lettera invitandola a «sensibilizzare» i genitori, tramite gli insegnanti della città, sul problema della scelta della seconda lingua da far studiare ai ragazzi.

L'assessore si è mosso dopo aver ricevuto un appello firmato da numerosi insegnanti di lingua tedesca. «Con estremo garbo - dice Michielon - mi hanno chiesto un aiuto per informare a dovere le famiglie nel momento della scelta della seconda lingua straniera, sia in quinta elementare che in terza media. Andando infatti ad analizzare gli allegati all'appello, è emerso come la seconda lingua maggiormente richiesta sia nelle attività di servizio che nell'industria sia il tedesco con il 4,7%, mentre l'inglese è la prima con il 91,5%. Il francese si attesta invece al 2,3%, lo spagnolo allo 0,5 %. il cinese e l'arabo allo 0,9%. Se poi andiamo ad esaminare la conoscenza di quali lingue venga richiesta nelle imprese e di servizio del Nordest, scopriamo che l'inglese è sempre la prima lingua richiesta con l'86%, ma il tedesco resta ancora la seconda con il 10,6%, mentre il francese si attesta sul 2,7% e lo spagnolo sullo 0,2%».

Per non parlare del turismo: i turisti di lingua tedesca rappresentano il 60% dell'intero flusso turistico in Italia, percentuale che aumenta in Veneto. Però i ragazzi, al momento di scegliere la seconda lingua, per moda, musica o esotismo, preferiscono il caldo spagnolo al freddo tedesco, però così rischiano di giocarsi il futuro.

<http://tribunatreviso.gelocal.it/cronaca/2010/10/27/news/a-scuola-piu- tedesco-e-meno- spagnolo-2605448> Da: La Tribuna di Treviso del 27 ottobre 2010

Nel 2010 il Ministero degli Affari Esteri italiano ed il Ministero degli Affari Esteri tedesco hanno siglato un accordo per l'attivazione di un ufficio ad hoc a favore degli scambi tra scuole, istituti professionali, comunità religiose ed associazioni sportive in Italia e in Germania. E' stato inoltre presentato il 12 ottobre 2010 dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, in collaborazione con il Goethe Institut di Roma, il portale di cooperazione bilaterale italo-tedesca "Il tedesco a scuola. Progetti e collaborazioni fra l'Italia e la Germania". Il portale si rivolge a tutte le istituzioni scolastiche che già prevedono, o che intendono promuovere, l'insegnamento della lingua tedesca nei propri percorsi curriculari:

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

DIPARTIMENTO PER LA PROGRAMMAZIONE E LA GESTIONE DELLE RISORSE
UMANE, FINANZIARIE E STRUMENTALI
DIREZIONE GENERALE PER GLI AFFARI INTERNAZIONALI
- UFFICIO V -

Roma, 14 ottobre 2010

AVVISO

Oggetto: Il portale della cooperazione italo-tedesca. "Il tedesco a scuola. Progetti e collaborazioni fra l'Italia e la Germania"

Nell'ambito delle iniziative di cooperazione bilaterale italo-tedesca, questa Direzione generale ha promosso, in collaborazione con il Goethe-Institut Italien di Roma, l'Ambasciata della Repubblica federale di Germania ed il Servizio Centrale per le Scuole all'Estero (ZfA), la creazione del portale "Il tedesco a scuola. Progetti e collaborazioni fra l'Italia e la Germania" che è stato presentato ufficialmente a Roma, il 12 ottobre, in occasione della Conferenza annuale per Dirigenti scolastici delle scuole italiane che partecipano ai progetti della rete internazionale "PASCH-Partner der Zukunft. Il portale si rivolge a tutte le istituzioni scolastiche che già prevedono, o che intendono promuovere, l'insegnamento della lingua tedesca nei propri percorsi curriculari, costituendo un interessante strumento di informazione e di reperimento di documenti utili per studenti, docenti e dirigenti scolastici in Italia. Si prega pertanto di dare la massima diffusione alla conoscenza del portale, consultabile all'indirizzo: <http://www.tedesco-scuola.org/>. Si ringrazia per la collaborazione.

IL DIRETTORE GENERALE

f.to Antonio Giunta La Spada

Petizione firmata e inviata al Ministro della Pubblica Istruzione Maria Stella Gelmini da 881 docenti di Lingua Tedesca di tutta Italia e supportata da ANILS, ADILT, AIG e LEND

Alla cortese attenzione del Ministro Mariastella Gelmini

Onorevole Ministro,

siamo un gruppo di docenti di tedesco e non, attivi nella scuola secondaria e nelle università, e Le scriviamo per sottoporLe alcune considerazioni in merito alla situazione sempre più critica dell'insegnamento del tedesco nella scuola italiana.

Nelle recenti disposizioni in materia di formazione dei nuovi docenti abbiamo notato che sono presenti numerosi posti per l'insegnamento della lingua spagnola. In molte scuole secondarie di primo e di secondo grado, per contro, le cattedre di tedesco vengono soppresse, i docenti titolari diventano soprannumerari e, spesso in sede di organico di fatto, vengono formate nuove cattedre di spagnolo.

Ci è noto che la diffusione di tale lingua è sostenuta dalla richiesta degli studenti e non è nello spirito del nostro appello contestare l'opportunità o la validità delle scelte individuali.

Vorremmo invece rivolgerLe, in modo diretto, tre domande che si pongono alla radice del problema:

1) Perché si permette che nelle scuole italiane si affermi, in modo così massiccio, l'insegnamento di una nuova lingua, che, con questi ritmi di crescita, rischia di diventare l'unica seconda lingua straniera, a scapito di altre lingue, quali il francese e il tedesco, altrettanto importanti in ambito internazionale e di importanza indiscussa in ambito europeo?

2) Perché si permette che il tedesco, nonostante il peso fondamentale che riveste in campo economico e il fatto che sia di gran lunga la seconda lingua straniera più richiesta in Italia nel mondo del lavoro, venga cancellato in numerose scuole?

3) Perché si consente che vengano soppresse cattedre di lingua e creati docenti soprannumerari, anche a fronte di graduatorie piene di docenti abilitati, mentre le graduatorie della nuova lingua sono, al contrario, semivuote? Non sarebbe più opportuno terminare la lista dei docenti che, affidandosi alle disposizioni ministeriali, si sono abilitati nelle altre lingue (francese, tedesco), superando un test di ammissione per dei posti considerati allora realmente disponibili?

Sulla base di questi spunti di riflessione Le chiediamo di mettere in atto debiti provvedimenti affinché, in un'ottica di sviluppo economico, lo studio della seconda lingua straniera incontri maggiormente le effettive esigenze del territorio. In particolare Le chiediamo di ristabilire una giusta proporzione tra le seconde lingue straniere studiate nel nostro Paese attraverso un numero di cattedre che garantisca l'impiego dei docenti già inseriti nelle Graduatorie ad Esaurimento, non solo nella scuola di secondo grado ma già nella scuola media, in quanto la scelta della seconda lingua avviene proprio in questa sede.

A questo proposito ci permetta di rimandare al *Protocollo di cooperazione culturale tra Italia e Germania* sottoscritto anche da delegati del MIUR il 24.4.2002 (steso sulla base dell'*Accordo quadro di Cooperazione Culturale tra Italia e Germania* dell'8.2.1956, cfr. art 13). L'art. 2.1 del suddetto programma esprime un preciso impegno a favorire la diffusione del tedesco in Italia sulla base delle strette relazioni di varia natura esistenti tra i due Stati e partendo dal principio fondamentale del plurilinguismo: "Le due Parti si adopereranno per promuovere la diffusione delle rispettive lingue e culture nei due Paesi. Entrambe le Parti sottolineano la particolare importanza della conoscenza delle due lingue per un approfondimento delle relazioni culturali italo-tedesche. In considerazione degli stretti legami politici, economici e culturali esistenti tra i due Paesi, nonché delle prospettive sorte grazie al processo di integrazione europea, le due Parti si dichiarano disposte a dedicare, anche in futuro, particolare attenzione allo studio della lingua dell'altra Parte. Entrambe le Parti si dichiarano disposte ad esaminare e discutere ulteriori misure atte a promuovere la diffusione della lingua italiana in Germania e della lingua tedesca in Italia. La Parte tedesca prega di proseguire il "PROGETTO LINGUE 2000" e di continuare a sostenere tutti i partecipanti all'iniziativa. Inoltre, prega di sostenere i progetti del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per la promozione di una "Europa multilingue".

Confidiamo nel fatto che queste nostre osservazioni vengano vagliate attraverso un'attenta analisi e sollecitino la volontà di intervenire per sanare una linea di politica scolastica che non si risolve a vantaggio né della scuola né degli studenti.

Atto Camera

Interrogazione a risposta in Commissione 5-05487 presentata da MARIO CAVALLARO lunedì 10 ottobre 2011, seduta n.531

Al Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca.

Per sapere - premesso che:

nell'attuale contesto di maggiore mobilità e migrazione, frutto dei rapidi mutamenti determinati dalla globalizzazione, la padronanza delle lingue e delle culture straniere è fondamentale per favorire l'integrazione e lo svolgimento di un ruolo attivo nella società e per interagire con controparti in altri Paesi, dove un numero sempre più crescente di persone vive o lavora;

in Europa, nel contesto delle cosiddette «lingue di lavoro», cioè quelle utilizzate comunemente nella circolazione dei documenti di lavoro, si continua a registrare una supremazia di fatto dell'inglese, seguito dal tedesco che rappresenta la seconda lingua straniera più richiesta dai datori di lavoro, anche alla luce della centralità e dell'importanza del ruolo che la Germania occupa nella vita politica ed economica europea;

in Italia, che dal punto di vista economico è strettamente legata alla Germania, divenuta il primo partner commerciale sia per quanto concerne le importazioni che le esportazioni, si registra tuttavia un'inversione di tendenza rispetto agli altri Paesi europei e ad oggi il tedesco è una lingua molto meno studiata e diffusa di altre, mentre anche in altri settori strategici della vita economica del Paese, come ad esempio il turismo, la lingua tedesca si presenta come uno strumento comunicativo di sicura utilità e la sua conoscenza può sicuramente concorrere al rilancio;

tale fenomeno colpisce in modo particolare il settore scolastico dove, a fronte di un aumento dei posti per l'insegnamento della lingua spagnola, in molte scuole secondarie di primo e di secondo grado le cattedre di tedesco vengono soppresse e formate nuove cattedre di spagnolo;

tale situazione pone un duplice problema che, nel primo caso vede un numero sempre più crescente di docenti di ruolo di lingua tedesca, diventare soprannumerari con conseguente aggravio di spesa per un non adeguato utilizzo di docenti di ruolo e di docenti «precari storici» e nel secondo caso permette che il tedesco, nonostante rappresenti anche in Italia la lingua più richiesta sul mercato del lavoro, per i motivi sopra citati, venga di fatto cancellato dal percorso formativo;

uno studio recente della Commissione europea sulle conseguenze economiche della scarsa conoscenza linguistica nelle imprese comunitarie ha rilevato che probabilmente l'11 per cento delle imprese esportatrici dell'Unione europea subisce perdite a causa di ostacoli linguistici;

sempre lo stesso studio sottolinea come nonostante il ruolo dominante dell'inglese come lingua commerciale a livello mondiale, saranno le altre lingue a dare un vantaggio concorrenziale alle imprese comunitarie e a consentire loro di conquistare nuovi mercati, partendo dall'assunto che: il miglioramento delle competenze linguistiche aiuta le imprese a conquistare nuovi mercati e i singoli ad accrescere le proprie prospettive di lavoro in patria e all'estero;

migliori conoscenze linguistiche rappresentano un vantaggio in tutte le attività, non solo quelle commerciali, ma sono alla base anche delle relazioni sociali, culturali e di varia natura esistenti tra cittadini di Paesi diversi;

lo stesso Protocollo di cooperazione culturale tra Italia e Germania sottoscritto anche dai delegati del MIUR il 24 aprile 2002, sulla base dell'Accordo di cooperazione culturale tra Italia e Germania dell'8 febbraio 1956, sottolinea l'impegno a favorire la diffusione del tedesco in Italia sulle base delle strette relazioni di varia natura esistenti tra i due Stati e partendo dal principio fondamentale del plurilinguismo;

non va affatto dimenticato che per l'Italia lo studio della lingua tedesca è legato ad intense relazioni culturali e scientifiche fra le due comunità nazionali, che affonda le sue radici nella storia dei due popoli e che la letteratura, la filosofia, il diritto, l'arte, la teologia, la storiografia e moltissime altre discipline scientifiche e mondi culturali trovano nella relazione intensa fra cultura tedesca e cultura italiana e nelle sue intersezioni creative uno dei cardini della cultura moderna e che anche questo fenomeno, che si è manifestato da secoli in una vivissima reciproca attrazione di intelletti e di interessi, rischia ora di essere messo in discussione dalla difficoltà di garantire un adeguato livello di diffusione della lingua tedesca nel nostro Paese, anche come strumento per l'esplorazione della cultura che proviene da quell'area linguistica -:

se il Ministro interrogato, alla luce dei fatti sopra menzionati ritenga opportuno:

- a) promuovere, in un'ottica di sviluppo economico e di mantenimento delle intense relazioni culturali in essere, l'emanazione di provvedimenti che agevolino lo studio anche del tedesco come seconda lingua straniera, tenendo conto delle effettive esigenze del territorio;
- b) ristabilire una giusta proporzione tra le seconde lingue straniere studiate nel nostro Paese, attraverso l'individuazione di un numero di cattedre che garantisca almeno stabilmente l'impiego dei docenti già inseriti nelle graduatorie ad esaurimento sia nella scuola secondaria di primo che di secondo grado e la formazione di nuovi docenti e studiosi, per formulare un'offerta linguistica completa ed articolata sul territorio anche per la lingua tedesca;
- c) sostenere progetti atti a promuovere la diffusione della lingua tedesca in Italia e della lingua italiana in paesi di lingua tedesca, anche al di fuori del contesto scolastico, puntando sullo sviluppo delle nuove tecnologie, sulle attività culturali e ricreative, su esperienze di lavoro all'estero. (5-05487)

http://banchedati.camera.it/sindacatoispettivo_16/showXhtml.Asp?idAtto=44442&stile=6&highLight=1&paroleContenute=%27INTERROGAZIONE+A+RISPOSTA+IN+COMMISSIONE%27

MIUR – Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Viale Trastevere, 76/a
00153 ROMA

Alla cortese attenzione del Ministro Mariastella Gelmini
Roma, 4 ottobre 2011

Onorevole Ministro,

ci rivolgiamo a Lei come direttivo dell'Associazione Italiana di Germanistica (AIG), in rappresentanza dei circa 300 docenti di Lingua e letteratura tedesca delle università italiane e a sostegno dell'appello già rivoltoLe da parte dei colleghi della scuola secondaria.

Motivo della nostra lettera è la constatazione che il governo del nostro paese, stando anche alle ultime disposizioni ministeriali in materia di formazione degli insegnanti, sembra voler decretare una graduale scomparsa dell'insegnamento istituzionale della lingua tedesca.

Da anni i docenti di tedesco lamentano che l'introduzione della lingua spagnola come seconda lingua straniera nelle scuole italiane (circostanza di per sé da salutare con soddisfazione) si realizza a scapito della lingua tedesca e di una tradizione culturale che ha radici molto forti.

A livello di alta istruzione, come noto, l'insegnamento del tedesco come lingua straniera risale almeno alla fine del XIX secolo, epoca in cui lo studio del tedesco, la lingua franca delle scienze, si diffonde anche nelle facoltà universitarie italiane di ogni orientamento disciplinare.

I motivi per cui lo studio del tedesco offre, in particolare oggi, grandi potenzialità professionali ai nostri giovani sono stati di recente, ancora una volta, ottimamente sintetizzati e sottolineati dal Goethe Institut di Roma nel quadro della campagna a favore dell'insegnamento del tedesco nelle scuole italiane.

Il tedesco, con oltre 100 milioni di madrelingua, rappresenta la lingua più parlata in Europa; il tedesco, dopo l'inglese, è la lingua più richiesta nelle assunzioni delle imprese; i paesi di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) sono i primi partner commerciali dell'Italia: a essi è destinato un terzo circa delle nostre esportazioni. In Italia operano oltre mille aziende a capitale tedesco che danno lavoro a circa 148.000 persone; circa 80.000 persone sono impiegate in ditte svizzere; circa 220 imprese austriache hanno una filiale italiana. Strategica è inoltre l'importanza del tedesco nel centro dell'Europa, soprattutto guardando allo sviluppo dell'Europa orientale. In generale, il successo del modello di sviluppo tedesco (economico, sociale, culturale) è sotto gli occhi di tutti. E allo sviluppo economico dell'Italia dà un contributo fondamentale il turismo proveniente dai paesi di lingua tedesca.

Le ricordiamo che la campagna sopra menzionata, promossa dall'Ambasciata della Repubblica Federale di Germania, dall'Ambasciata di Svizzera, dal Forum Austriaco di Cultura Roma, dal Servizio Tedesco per lo Scambio Accademico e dal Goethe-Institut Italien, ha ottenuto il patrocinio non solo della Rappresentanza in Italia della Commissione Europea, ma anche dei Suoi ministeri: Ministero dell'Istruzione e dell'Università e della Ricerca. Il Suo impegno a favore del tedesco, in tal modo sottoscritto, è un segno di tangibile coerenza con la precedente sottoscrizione da parte di delegati del MIUR del *Protocollo di cooperazione culturale tra Italia e Germania* del 24.4.2002, steso sulla base dell'*Accordo quadro di Cooperazione Culturale tra Italia e Germania* dell'8.2.1956.

Ci auguriamo che a dette sottoscrizioni segua però un'azione coerente da parte del Ministero. Nei fatti, si tratterebbe di non avallare uno sviluppo, nelle scuole italiane, dello spagnolo come unica seconda lingua straniera, con conseguenze nefaste per altre lingue straniere come il tedesco: soppressione di cattedre, creazione di docenti soprannumerari, indisponibilità di posti per la formazione di nuovi insegnanti. Le chiediamo che ci sia, al contrario, da parte del Suo ministero, un impegno repentino e deciso contro scelte siffatte di politica scolastica, deleterie per il presente e il futuro della nostra scuola, nocive per le prospettive dei nostri giovani, contrarie agli auspici e agli obiettivi europei di promozione del multilinguismo.

La ringraziamo per la cortese attenzione e inviamo i migliori saluti
AIG (Associazione Italiana di Germanistica)
<http://aig.humnet.unipi.it/>

La Presidente Antonella Gargano

Il Direttivo Marina Foschi, Martina Nied, Giovanni Sampaolo, Rita Svandrlík



Der Internationale Deutschlehrerverband



Präsidentin:
Marianne Hepp
Dipartimento di Linguistica
Università degli Studi di Pisa
via S. Maria 36
I-56126 Pisa - ITALIEN
Tel: 0039 050 2210120
Fax 0039 050 2219945
E-Mail: hepp@idvnetz.org

Vizepräsident:
Sünichi Sambe
Juristische Fakultät, Keio-Universität
Hiyoshi 4-1-1
J-223-8521 Yokohama, JAPAN
Fax: +81 45 566 1147
E-Mail: sambe@idvnetz.org

Generalsekretärin:
Alina Dorota Jarzabek
Ul. Puzozna 10
10-633 Olštyn, POLEN
Tel./Fax: 0048 89 527 34 31
E-Mail: jarzabek@idvnetz.org

Schatzmeisterin:
Jcanno Van Donzel
Alberta School Board Trustees
516 - 4th Street West
High River Alberta T1V 1B6, Kanada
Tel: 001 403 662 7085
Fax: 001 403 662 7384
E-Mail: vandonzs@idvnetz.org

Schriftleiter:
Marco Aurelio Schaumböffel
University of the West Indies
Cave Hill Campus, P.O. Box 64
Bridgetown, BARBADOS
Tel: 001 246 417 4016
E-Mail: schaumnet@idvnetz.org

Experte Deutschland:
Susanne Baumgart
Goethe-Institut, Zentrale
Dachauer Str. 122
80637 München
Tel: +49 89 15921375
Fax: +49 89 15921266
E-Mail: baumgar@goethe.de

Experte Österreich:
Brigitte Sorger
COaF
Deutsch als Fremdsprachenzentrum für
Germanistik, Universität Wien
Dr. Karl-Lueger-Ring 1
A-1010 Wien
E-Mail: sorger@idvnetz.org

Experte Schweiz:
Joachim Hoetete
Zürcher Hochschule für Angewandte
Wissenschaften ZHAW
Institut für Sprache in Beruf und Bildung
Theatersplasse 17
8401 Winterthur
Tel/Fax +41 56 934 60 74
E-Mail: hoetete@idvnetz.org

IDV-HOME PAGE
<http://idvnetz.org>

MIUR - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Viale Trastevere, 76/a
00153 ROMA
Alla cortese attenzione del Ministro Mariastella Gelmini

Pisa, 8 ottobre 2011

Onorevole Ministro,

mi rivolgo a Lei in qualità di Presidente dello *Internationaler Deutschlehrerverband*, un'associazione internazionale fondata nel 1968 con il sostegno e l'appoggio dell'Ufficio Esteri della Repubblica Federale di Germania, che raccoglie attualmente 105 associazioni di docenti di tedesco in 86 paesi europei ed extraeuropei.

Poiché rientra negli obiettivi della Associazione che presiedo curare gli interessi della lingua tedesca nel mondo, mi preme sottoscrivere, a nome della Giunta e per conto dell'Associazione intera, l'appello a Lei rivolto dai docenti universitari di Lingua e letteratura tedesca e di Lingua e civiltà tedesca della scuola secondaria in difesa e a sostegno dell'insegnamento del tedesco nel sistema di istruzione pubblico in Italia.

Non voglio credere che, come denunciato in tali appelli, il governo italiano si mostri insensibile di fronte a una situazione così preoccupante. L'insegnamento di una seconda lingua straniera, in un paese moderno e civile, non può essere istituito o svalutato "contro" l'insegnamento di un'altra lingua straniera. Un'azione politica di tal genere avrebbe, a lungo andare, ripercussioni negative non solo all'interno di una nazione, in considerazione delle opportunità formative sottratte ai suoi giovani, ma anche nelle relazioni diplomatiche tra i paesi coinvolti.

Sento come mio dovere, per la carica che mi onora di ricoprire, appellarmi sentitamente alla Sua sensibilità affinché ciò non accada, permettendomi di ricordarle una circostanza che per noi operanti nell'ambito dell'insegnamento del tedesco come lingua seconda rappresenta un'ovvietà, ma che può sfuggire a chi, come Lei, ha moltissime questioni da tenere presenti: il tedesco, per l'Italia, rappresenta non solo una lingua straniera, bensì anche una delle lingue ufficialmente riconosciute, nello specifico in Alto Adige.

Per questo motivo Bolzano e l'Italia sono state elette, in accordo con l'Ufficio Esteri tedesco, come sede per l'anno 2013 del consueto convegno quadriennale organizzato dalla Associazione internazionale che presiedo. Per tale occasione sono attese in Italia, ospiti della Libera Università di Bolzano, le rappresentanze diplomatiche e ministeriali dei paesi di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera) e alcune migliaia di insegnanti di tedesco provenienti da tutto il mondo. Sarebbe auspicabile presentarsi a questo appuntamento come un paese che mantiene alto senso di rispetto per un'antichissima tradizione di insegnamento istituzionale, segno importante delle relazioni anche culturali che lo legano ai paesi vicini.

Confidando nella Sua comprensione e nella Sua azione repentina, invio i migliori saluti

Marianne Hepp

Appello per la lingua tedesca

Negli ultimi anni la lingua tedesca sta subendo un drastico calo nelle preferenze degli studenti italiani, con conseguente diminuzione del numero delle cattedre. Di fronte a quella che ormai è diventata una vera e propria emergenza e per sostenere lo studio di una lingua così importante sia sul piano culturale sia su quello dell'economia, visti gli stretti rapporti con i paesi dell'area tedesca negli scambi commerciali e nei flussi turistici provenienti dai paesi di lingua tedesca, l'end ha rivolto un appello alle autorità tedesche, invitandole a considerare le difficoltà in cui si trova l'insegnamento del tedesco in Italia. Questa la lettera che è stata inviata e la risposta pervenuta dal referente per il tedesco come lingua straniera al Bundestag, dr. Werner Wnendt.

Ministero degli Esteri
- Al Ministro degli Esteri -
Dr. Guido Westerwelle
Werderscher Markt 1
11013 Berlin

Roma. 5.12.2009

Sottocommissione per la politica e la cultura all'estero
- Al Presidente - Dr. Peter Gauweiler, MdB

- Al Vicepresidente -
Dr. Angelika Krüger-Leißner, MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin

- Al Gruppo parlamentare italo-tedesco

- Presidenza : Dr. Ulla Burchardt (SPD)
- Vicepresidenza: Dr. Manfred Kolbe (CDU/CSU)
- Vicepresidenza : Dr. Daniel Bahr (FDP)
- Vicepresidenza: Dr. Lukrezia Jochimsen (DIE LINKE)
- Vicepresidenza: Dr. Wolfgang Wieland (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)

Conferenza Permanente dei Ministri dell'Istruzione dei Länder tedeschi
- Al Presidente –
Dr. Henry Tesch

- Al Segretario Generale e Direttore Ministeriale -
Prof. Dr. Erich Thies
Lennéstraße 6
53113 Bonn

Ambasciata della Repubblica Federale di Germania
- Al Primo Segretario degli Affari Culturali -
Dr. Tilman Schmit-Neuerburg
Via San Martino della Battaglia, 4
00185 Roma

Goethe-Institut Rom
- Alla Direttrice del Goethe-Institut in Italia -
Dr. Susanne Höhn

Egregi Signori,

Siamo un gruppo di docenti italiani di lingua tedesca che, in occasione del Congresso Internazionale di docenti di tedesco svoltosi a Jena nell'estate del 2009, ha avuto occasione

di partecipare alla *SprachKulTour-Fest*. Siamo stati particolarmente colpiti dal ruolo di fondamentale importanza che la Germania riconosce alla scuola come mediatrice della cultura tedesca. Siamo perciò convinti che condividerà la nostra grande preoccupazione per l'insegnamento del tedesco in Italia.

Negli ultimi anni l'insegnamento della lingua tedesca viene ridotto in modo drastico e inesorabile in tutt'Italia! Nella maggior parte delle regioni italiane si insegna il tedesco solo sporadicamente nella scuola secondaria di primo grado e, dove ancora ciò si verifica, il tedesco segue il francese con un ampio margine di distacco. Questa situazione produce naturalmente gravi conseguenze nella scuola secondaria di secondo grado e, cosa altrettanto grave, anche nell'università. Siamo perciò fermamente convinti che un'intesa politica tra la Germania e l'Italia circa la necessità dello studio del tedesco come lingua straniera nelle scuole di entrambi i paesi sia quanto mai indispensabile.

Desideriamo sottolineare che non abbiamo assistito passivamente alla tendenza involutiva che abbiamo descritto: abbiamo messo a punto nuove metodologie didattiche e promosso molte iniziative, a cominciare da colloqui con i dirigenti scolastici per proseguire con manifestazioni per sensibilizzare l'opinione pubblica fino a lezioni dimostrative nella scuola primaria. Soprattutto grazie al prezioso supporto del Goethe-Institut e dell'Ambasciata tedesca abbiamo realizzato numerose attività e campagne pubblicitarie per la promozione della lingua e della cultura tedesca, che tuttavia non sono servite a molto. Sembra che i dirigenti scolastici e i genitori italiani non siano colpiti dal fatto che la Germania è uno dei partner commerciali più importanti per l'Italia, che l'Italia è uno dei paesi confinanti dell'area di lingua tedesca che i contatti tra la cultura tedesca e quella italiana sono da secoli di particolare rilevanza.

A ciò si aggiunge che la Germania e l'Italia si sono impegnate nell'Unione Europea a promuovere il plurilinguismo. Come ha rilevato il Commissario per il Plurilinguismo, Leonard Orban, il plurilinguismo svolge un ruolo centrale nella strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione degli stati membri.

Siamo giunti alla conclusione che solo con l'ausilio di misure politiche bilaterali la lingua e la cultura tedesca potranno avere in futuro un posto ad esse adeguato nella scuola italiana. Non occorre rimarcare che il dialogo continuo e la prosecuzione della cooperazione italo-tedesca a tutti i livelli potranno essere garantiti solo se in entrambi i paesi si avrà cura di offrire opportunità formative adeguate.

In altre parole: è ora di perorare fermamente il mantenimento e l'ampliamento della lingua e della cultura tedesca nella scuola italiana nell'ambito di un'offerta formativa adeguata!

A questo proposito desideriamo ricordare il caso della Francia, che sostiene permanentemente con convenzioni politiche la diffusione della lingua e della cultura francese nelle scuole europee.

Desideriamo chiudere il nostro urgente appello con le parole del filosofo Ludwig Wittgenstein "I limiti della mia lingua sono i limiti del mio mondo". Saremmo particolarmente lieti se Lei potesse intensificare il Suo impegno per l'incremento della lingua tedesca in Italia.

Distinti saluti

In nome dei docenti di tedesco italiani e dell'Associazione degli insegnanti di lingue lënd (lingua e nuova didattica):

Silvia Minardi (Presidente lënd) silvia.minardi@tiscali.it

Anna Maria Curci (Vicepresidente lënd) annamaria.curci@tiscali.it

Grazia Zagariello (responsabile lënd per tedesco) graziazagariello@hotmail.com

Alla sig.ra Silvia Minardi, Presidente Lend
Alla sig.ra Anna Maria Curci, Vicepresidente Lend
Alla sig.ra Grazia Zagariello, Lend, segretario responsabile per il tedesco

Dr. Werner Wnendt
Referente per il tedesco come lingua straniera al *Bundestag*

Berlino, 18 gennaio
2010

Gentilissime sig.re Minardi, Curci, Zagariello,

Vi giungano i più sentiti ringraziamenti per la lettera, scritta a nome dell'Associazione Lend e, tra gli altri, dei docenti di tedesco che ne fanno parte, da Voi inviata al Ministro degli Esteri della Repubblica Federale Tedesca, Dr. Guido Westerwelle. Nella lettera si richiama l'attenzione sulla difficile situazione d'insieme della politica scolastica che si ripercuote negativamente sullo sviluppo dell'insegnamento del tedesco come lingua straniera in Italia e sugli effetti concernenti il futuro lavorativo dei Vostri colleghi.

Questo sta particolarmente a cuore anche a noi. Già all'inizio dello scorso anno, l'Ambasciatore Michael Steiner, insieme ai suoi colleghi francese e austriaco, ha rivolto parole di preoccupazione al Ministro Gelmini circa la possibilità prospettata di ridurre le ore curricolari delle seconde lingue comunitarie al fine di optare per il cosiddetto "inglese potenziato" già a partire dal 2010.

Anche l'Addetto Culturale, il Dr. Schmit-Neuerburg, ha profuso da mesi il suo impegno in tal senso, insieme all'Ente Culturale Tedesco, il Goethe Institut, e al DAAD, l'organizzazione tedesca per gli scambi accademici.

La promozione del tedesco come lingua straniera – in particolare nei paesi partner – è uno dei compiti fondamentali della nostra politica scolastica, così come della politica estera. Ci preme, in particolare, affrontare questo tema con i partner europei, soprattutto alla luce dell'obiettivo comune del rafforzamento del plurilinguismo in Europa.

Posso dare assicurazione che il Ministero degli Esteri, in concerto con l'Ambasciata e con le organizzazioni che fungono da intermediarie all'estero, il Goethe Institut e il DAAD, continuerà a impegnarsi in colloqui bilaterali con gli interlocutori italiani, con l'obiettivo di creare condizioni volte al futuro e per quanto possibile favorevoli all'insegnamento del tedesco come lingua straniera in Italia.

Cordiali saluti anche alle Vostre colleghe e ai Vostri colleghi



SCHEDA INFORMATIVA PER IL COLLEGIO DOCENTI

Perché proporre lo studio della lingua tedesca nella nostra scuola?

- Per il ruolo che la lingua tedesca svolge in Europa: con oltre 100 milioni di persone, il tedesco, lingua ufficiale in Germania, Austria, Svizzera, Liechtenstein, è la lingua madre più parlata. Inoltre è, dopo l'inglese, la lingua straniera più studiata (ec.europa.eu/publications/booklets/move/74/it.doc)
- Perché la Germania è il primo partner commerciale dell'Italia; quasi un terzo delle nostre esportazioni, precisamente il 30,1 % è destinato a Germania, Austria e Svizzera. E sono più di 1.000 le imprese tedesche con sede in Italia. Particolarmente intensi son poi gli scambi commerciali tra i paesi di lingua tedesca e la Toscana.
- Per il ruolo svolto dalla Germania nell'industria del turismo italiano. Dei milioni di turisti che ogni anno visitano le città d'arte italiane, affollano spiagge, laghi e baite, il 39,1 % è di lingua tedesca. In base ai dati Istat i turisti in Toscana provenienti dalla Germania e dai paesi di lingua tedesca sono al primo posto e distaccano di gran lunga i turisti provenienti da altri paesi.
- Per offrire agli studenti l'opportunità di apprendere una lingua straniera che rappresenta uno strumento privilegiato e strategico per accedere al mercato del lavoro: lo studio del tedesco risponde pienamente alle esigenze economiche e occupazionali del nostro territorio.
- Per dare agli studenti opportunità di maggiore mobilità. La conoscenza del tedesco permette di accedere a università e istituti legati al mondo della ricerca e dell'innovazione che godono di prestigio internazionale e che ogni anno mettono a disposizione numerose borse di studio, anche per studenti stranieri. I giovani ricercatori italiani sono tra i più numerosi ospiti degli istituti di ricerca in Germania, in Svizzera e in Austria.
- Per permettere agli studenti di rafforzare le abilità logiche. La struttura profonda della lingua tedesca aiuta la riflessione formale e quindi, il pensiero logico e analitico, trasversale a tutte le discipline.
- Perché il tedesco, come ogni lingua straniera, apre ad un mondo nuovo, aiuta a interagire con una cultura diversa, arricchendo, in tal modo la propria formazione culturale e umana. Questo vale in modo particolare per la cultura tedesca, che ha dato un contributo fondamentale alla filosofia, alla letteratura, alla musica, alla scienza, alla filologia, alla psicologia, all'archeologia, all'architettura e all'arte.
- Per la vitalità della scena culturale contemporanea che attira sempre più turisti e artisti da tutto il mondo.

SCHEDA INFORMATIVA PER GENITORI E ALUNNI

ALCUNE BUONE RAGIONI PER SCEGLIERE IL TEDESCO

- Il tedesco permette di comunicare con circa 100 milioni di persone in Europa. Forse non sapevate che è la lingua madre più parlata in Europa e la seconda lingua straniera studiata, dopo l'inglese (ec.europa.eu/publications/booklets/move/74/it.doc).
- Il tedesco offre numerose possibilità di lavoro in ambito economico, commerciale, finanziario e turistico:

La Germania è il primo partner commerciale dell'Italia e il secondo della Toscana per import-export. Numerose multinazionali e piccole e medie imprese sono a partecipazione tedesca e richiedono personale che conosca questa lingua.

La maggior parte dei flussi turistici verso la Toscana proviene dalla Germania e dagli altri paesi di lingua tedesca. In fase di selezione di personale la conoscenza della lingua tedesca può rivelarsi elemento determinante.

- Il tedesco come ogni lingua straniera, apre ad un mondo nuovo e permette di conoscere e capire meglio la filosofia, la letteratura, la filologia, la psicologia, la scienza e la musica grazie al contributo che la cultura tedesca ha dato a questi saperi nel corso della storia.
- Il tedesco permette di completare gli studi in un paese di lingua tedesca. La Germania è, infatti, tra le mete più ambite per l'eccellenza delle sue università e dei suoi istituti di ricerca scientifica, economica e tecnologica.
- La Germania inoltre attira sempre più turisti e artisti da tutto il mondo per la vitalità della scena culturale contemporanea: musicisti, cineasti, scrittori, danzatori di fama mondiale rendono la visita di questo paese sempre molto interessante.
- **Non lasciatevi condizionare dai pregiudizi! Il tedesco è molto più interessante e facile da imparare di quanto non si pensi:**
Sono tantissime le somiglianze con l'inglese, anch'essa lingua germanica, e le regole di pronuncia sono poche e chiare.
La struttura grammaticale è logica e il suo studio aiuta a sviluppare e rafforzare abilità importanti anche per affrontare le altre discipline.

Ringraziamenti

Un sentito ringraziamento al lavoro svolto dalla dott.ssa Gisella Langé, Ispettrice Tecnica di lingue straniere, e dalla prof.ssa Rita Maria Scifo, Docente di lingua tedesca all'I.I.S. "F. Besta" di Milano, autrici del dossier informativo "Perché studiare il tedesco?" diffuso dall'USR Lombardia, che ha fornito lo spunto e il modello per il presente documento.

Si ringraziano i colleghi del Veneto per la condivisione di preziosi materiali informativi e i colleghi dell'associazione "Deutsche Maremma", nata per la promozione della lingua e della cultura tedesca nel nostro territorio, per la loro collaborazione.

Un particolare ringraziamento alla Prof.ssa Daniela Giovannini, Dirigente Scolastico dell' Istituto di Istruzione Superiore Polo "L.Bianciardi", e al Prof. Alfonso De Pietro, Dirigente Scolastico dell' ISIS "Leopoldo II di Lorena", per il supporto e l'incoraggiamento.

APPENDICE

AL DOSSIER INFORMATIVO

Dettaglio geografico degli scambi dell'Italia con un'area (Importazioni)

Periodo riferimento: 2002/Febbraio 2011 Area Partner: Europa

Prodotto: Attività economiche (Ateco 2007)

valori in migliaia di euro

	2006	2007	2008	2009	2010	2010	2011
						Gen-giu	gen-giu
Germania	59.103.621	63.721.312	61.185.588	49.700.829	58.541.180	28.557.196	32.121.610
Francia	32.738.542	34.048.022	32.872.605	26.352.564	30.529.206	15.241.969	16.780.205
Paesi Bassi	19.729.488	20.595.588	20.518.731	16.917.695	19.611.821	9.833.348	10.323.732
Spagna	15.010.078	16.201.108	16.633.500	13.141.067	16.664.918	8.134.047	9.261.356
Russia	13.591.844	14.609.474	16.088.759	12.141.509	13.053.426	6.551.891	8.523.771
Regno Unito	12.633.350	12.525.577	11.896.737	9.817.210	12.147.791	6.636.754	7.831.594
Belgio	14.862.897	15.998.199	14.201.334	11.955.432	13.371.285	5.756.990	7.681.688
Svizzera	10.329.894	11.063.157	11.256.279	10.427.390	11.909.088	5.884.011	6.892.659
Austria	9.232.286	9.376.468	8.999.107	7.189.276	9.055.029	4.382.508	5.081.723
Polonia	5.600.154	6.410.512	6.708.423	6.637.559	7.192.193	3.723.217	3.992.439
Turchia	5.409.631	5.339.719	5.583.269	4.422.796	5.159.649	2.698.076	3.355.475
Romania	4.307.788	4.416.413	4.379.416	3.741.315	4.526.461	2.134.786	2.581.533
Ceca, Repubblica	3.147.874	3.988.703	4.191.801	3.331.897	4.346.098	2.249.328	2.509.143
Ungheria	3.384.601	4.048.659	3.794.572	3.044.616	3.606.543	1.726.676	1.921.444
Svezia	3.967.598	4.171.448	4.113.813	2.847.823	3.462.080	1.749.105	1.890.780
Irlanda	3.757.424	3.477.135	3.041.372	3.144.296	3.130.049	1.102.950	1.737.949
Slovacchia	2.107.198	2.582.190	2.496.164	2.192.624	2.629.889	1.601.896	1.599.415
Ucraina	2.163.478	2.386.625	2.489.136	1.081.579	2.197.684	1.297.271	1.488.104
Slovenia	1.960.688	2.306.227	2.273.319	1.776.761	2.228.365	1.095.951	1.303.659
Grecia	1.988.432	2.033.812	1.852.323	1.487.252	1.937.100	1.145.149	1.187.351
Danimarca	2.387.209	2.395.156	2.348.146	2.243.886	2.210.869	937.807	1.143.490
Bulgaria	1.279.248	1.259.638	1.173.821	1.112.642	1.545.083	746.607	955.444
Norvegia	2.950.323	2.563.099	3.065.164	2.128.781	1.518.826	994.187	827.373
Portogallo	1.584.454	1.522.162	1.404.954	1.128.010	1.381.222	665.797	806.355
Finlandia	2.233.733	2.019.797	2.307.562	1.445.738	1.451.685	702.104	744.056
Croazia	1.569.891	1.398.665	1.383.139	1.366.245	1.418.718	745.572	730.800
Lussemburgo	1.248.054	1.681.635	1.534.431	1.030.417	1.166.671	369.949	475.761
Serbia	731.913	809.149	724.784	609.948	802.363	580.095	466.458
Albania	412.521	459.463	479.740	457.402	577.667	283.896	331.088
Bosnia-Erzegovina	371.041	409.420	446.093	359.004	456.856	229.750	249.435
Lituania	212.777	271.249	255.852	219.850	279.229	125.361	166.007
Moldavia	124.561	139.768	149.109	143.260	164.090	100.405	147.636
Malta	199.588	180.908	292.934	224.105	249.233	74.067	117.588
Macedonia	239.705	293.358	255.455	180.782	204.831	88.568	115.895
Kosovo	14.184	12.061	21.811	47.488	75.859	43.493	65.884
Estonia	66.466	75.982	102.053	78.090	84.988	48.525	53.644
Lettonia	64.910	75.760	80.681	64.091	93.120	49.025	50.790
Bielorussia	110.011	110.665	141.090	82.797	73.461	39.078	42.729
Islanda	1.252	5.355	2.949	16.904	39.893	14.337	38.384
Montenegro	177.973	159.234	124.210	44.452	28.469	30.523	37.682
Cipro	50.318	68.876	124.311	43.133	101.829	9.636	20.700
Liechtenstein	87.114	85.423	65.539	38.613	24.043	12.694	9.483
Gibilterra	5.472	5.839	9.714	15.047	22.376	17.442	6.168
Andorra	1.145	1.984	1.428	591	375	292	329
Altri paesi n.d.	64	42
Città del Vaticano (Stato)	202	94	111	64	28	28	82
Europa	241.151.283	255.305.500	251.071.526	204.432.839	239.271.653	118.412.363	135.668.899

Dettaglio geografico degli scambi dell'Italia con un'area (Esportazioni)

Periodo riferimento: 2002/Febbraio 2011 Area Partner: Europa

Prodotto: Attività economiche (Ateco 2007

) valori in migliaia di euro

	2006	2007	2008	2009	2010	2010 gen-giu	2011 gen-giu
Germania	43.936.124	47.253.952	47.110.445	36.942.491	43.899.508	21.458.033	25.351.018
Francia	39.120.665	41.991.089	41.458.955	33.984.500	39.080.780	19.604.644	22.329.403
Spagna	24.470.840	27.369.204	24.123.204	16.680.060	19.583.287	9.723.371	10.367.722
Svizzera	12.623.157	13.297.102	14.425.285	13.562.856	16.042.502	7.519.489	9.787.672
Regno Unito	20.171.261	21.241.497	19.326.594	14.953.275	18.070.140	8.610.103	8.912.146
Belgio	9.558.071	10.751.474	9.930.832	8.032.368	8.665.717	4.398.508	4.929.437
Polonia	7.131.941	8.942.509	9.773.785	7.921.541	8.543.496	3.800.590	4.890.956
Turchia	6.759.749	7.192.208	7.501.972	5.652.452	8.032.796	4.132.080	4.849.487
Paesi Bassi	7.985.814	8.657.667	8.678.309	7.111.037	8.359.183	4.106.761	4.656.295
Austria	8.250.831	8.844.985	8.802.746	6.960.803	8.070.497	3.899.485	4.487.483
Russia	7.625.078	9.560.062	10.468.313	6.431.888	7.909.147	3.368.173	4.244.357
Romania	5.529.372	5.989.900	6.219.599	4.212.724	5.170.468	2.518.705	3.019.011
Grecia	6.834.487	7.767.279	7.842.558	6.134.560	5.462.492	2.713.734	2.575.740
Slovenia	3.157.788	3.809.746	3.980.804	2.861.342	3.538.806	1.733.931	2.098.005
Ceca, Repubblica	3.346.046	3.922.048	4.065.745	3.004.401	3.580.373	1.662.750	2.011.521
Svezia	3.643.004	4.026.777	3.979.431	2.734.573	3.402.451	1.682.272	2.004.573
Portogallo	3.736.393	3.552.828	3.593.642	3.877.557	3.460.688	1.748.853	1.805.671
Ungheria	3.353.065	3.725.138	3.638.723	2.477.759	3.070.762	1.478.686	1.783.636
Slovacchia	1.622.883	1.932.164	2.045.394	1.606.873	2.024.512	948.028	1.211.565
Danimarca	2.653.157	2.880.283	2.709.509	1.853.435	2.087.319	1.011.120	1.140.247
Croazia	2.715.848	2.807.709	3.128.082	2.258.371	2.076.299	1.020.331	1.086.750
Malta	883.959	878.139	1.228.836	1.053.856	1.122.847	659.421	811.446
Finlandia	1.608.088	1.977.698	1.705.313	1.195.273	1.424.784	537.225	774.937
Ucraina	1.665.332	1.965.805	2.356.465	1.183.160	1.261.305	610.280	760.035
Bulgaria	1.566.948	1.789.237	1.926.088	1.227.241	1.401.590	499.153	720.855
Norvegia	1.381.814	1.556.677	1.754.796	1.260.188	1.287.082	627.967	643.028
Serbia	934.423	1.190.478	1.228.997	959.119	952.721	340.286	562.516
Irlanda	1.728.904	1.738.948	1.417.395	920.841	905.461	434.830	522.610
Albania	673.113	813.286	931.809	824.798	967.182	456.636	506.756
Gibilterra	774.787	458.405	554.849	463.236	675.027	455.867	472.358
Cipro	842.369	850.216	1.102.440	741.011	770.350	242.664	340.587
Lituania	585.565	728.542	755.128	456.095	586.696	335.241	322.309
Lussemburgo	584.195	593.521	463.633	432.015	526.621	258.676	295.500
Bosnia-Erzegovina	431.699	514.119	636.173	517.359	551.712	236.295	292.318
Bielorussia	278.094	332.786	468.401	359.160	391.295	165.874	206.142
Lettonia	337.633	426.412	360.547	209.069	301.214	126.911	178.413
Estonia	340.302	392.383	363.247	203.147	294.966	128.712	172.694
Moldavia	153.183	174.699	197.286	140.007	166.644	101.803	111.745
Macedonia,	163.686	188.185	224.209	203.970	198.467	76.283	100.111
Islanda	118.964	123.695	93.006	54.064	66.473	51.825	55.292
Montenegro	141.143	150.616	205.487	121.002	108.572	29.638	42.550
Kosovo	40.227	41.830	51.915	55.924	57.300	25.095	26.714
Liechtenstein	38.395	47.213	45.541	25.304	27.300	12.415	18.647
Andorra	34.845	30.418	29.031	20.592	18.953	8.255	9.101
Città del Vaticano (Stato)	12.251	10.025	11.372	6.866	9.402	4.455	6.198
Altri paesi n.d.	135	95	.	23	30	-	7
Europa	239.553.936	262.490.787	260.927.744	201.889.014	234.206.710	113.566.305	131.495.933

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 18.7 - Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi italiani per specie di esercizio e paese di residenza dei clienti – Anno 2008

PAESI DI RESIDENZA	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
2008 - PER NAZIONALITÀ DI PROVENIENZA - UNIONE EUROPEA						
Italia	43.498.154	141.186.598	10.251.208	70.682.680	53.749.362	211.869.278
Austria	1.341.066	4.711.025	433.821	2.771.968	1.774.887	7.482.993
Belgio	754.249	3.008.502	189.101	1.249.687	943.350	4.258.189
Bulgaria	111.849	299.261	8.802	49.758	120.651	349.019
Cipro	19.970	61.420	1.208	5.444	21.178	66.864
Danimarca	350.290	1.321.890	256.519	2.052.195	606.809	3.374.085
Estonia	40.125	110.717	6.521	22.077	46.646	132.794
Finlandia	220.552	783.467	34.690	165.171	255.242	948.638
Francia	2.662.764	7.663.227	552.925	2.495.402	3.215.689	10.158.629
Germania	6.138.269	27.361.414	2.536.530	18.040.567	8.674.799	45.401.981
Grecia	349.115	957.336	26.545	120.056	375.660	1.077.392
Irlanda	372.535	1.512.182	71.122	440.334	443.657	1.952.516
Lettonia	34.912	106.741	5.319	23.265	40.231	130.006
Lituania	82.375	191.189	9.207	37.859	91.582	229.048
Lussemburgo	51.796	238.942	9.189	54.589	60.985	293.531
Malta	45.086	156.082	5.494	27.671	50.580	183.753
Paesi Bassi	882.252	3.129.654	910.343	7.546.315	1.792.595	10.675.969
Polonia	657.423	2.312.769	182.836	1.206.942	840.259	3.519.711
Portogallo	194.812	582.830	25.119	115.891	219.931	698.721
Regno Unito	2.650.517	9.990.275	434.804	2.367.496	3.085.321	12.357.771
Repubblica Ceca	299.767	1.268.887	222.952	1.468.420	522.719	2.737.307
Romania	379.660	1.412.031	46.964	472.090	426.624	1.884.121
Slovacchia	74.594	329.976	54.368	395.136	128.962	725.112
Slovenia	154.382	442.693	50.347	225.908	204.729	668.601
Spagna	1.614.351	4.189.964	205.503	738.027	1.819.854	4.927.991
Svezia	464.884	1.682.418	91.583	529.144	556.467	2.211.562
Ungheria	249.859	833.480	126.097	776.688	375.956	1.610.168
Totale	63.695.608	215.844.970	16.749.117	114.080.780	80.444.725	329.925.750
PAESI EUROPEI EXTRA UE						
Croazia	161.178	482.137	23.275	175.278	184.453	657.415
Islanda	26.354	103.585	5.152	27.870	31.506	131.455
Norvegia	301.872	1.060.651	53.792	332.813	355.664	1.393.464
Russia	994.898	3.440.569	51.301	289.889	1.046.199	3.730.458
Svizzera	1.248.991	4.699.994	352.524	2.282.071	1.601.515	6.982.065
Turchia	170.094	473.010	12.335	58.894	182.429	531.904
Altri paesi europei	731.401	2.266.194	77.585	580.509	808.986	2.846.703
Totale	3.634.788	12.526.140	575.964	3.747.324	4.210.752	16.273.464
PAESI EXTRAEUROPEI						
Egitto	35.489	132.421	3.347	38.187	38.836	170.608
Africa Mediterranea	93.138	317.792	7.756	105.493	100.894	423.285
Sudafrica	58.618	188.665	10.342	41.164	68.960	229.829
Altri paesi dell'Africa	101.975	332.612	10.109	118.695	112.084	451.307
Stati Uniti d'America	3.790.431	9.263.535	443.216	1.602.299	4.233.647	10.865.834
Canada	543.382	1.415.268	91.800	324.429	635.182	1.739.697
Messico	163.932	387.110	19.240	63.720	183.172	450.830
Venezuela	52.294	149.331	5.384	24.786	57.678	174.117
Brasile	437.967	1.059.437	40.595	167.044	478.562	1.226.481
Argentina	154.827	422.665	21.080	79.048	175.907	501.713
Altri paesi - America latina	196.511	497.648	22.168	95.090	218.679	592.738
Israele	234.508	624.896	27.275	116.956	261.783	741.852
Altri paesi - Medio Oriente	154.695	531.824	9.562	75.116	164.257	606.940
Cina	686.391	1.101.656	30.154	119.518	716.545	1.221.174
Corea del Sud	295.919	522.616	23.598	101.063	319.517	623.679
Giappone	1.247.846	2.395.971	59.883	199.517	1.307.729	2.595.488
India	150.137	332.124	9.918	57.535	160.055	389.659
Altri paesi dell'Asia	300.418	753.605	20.962	102.578	321.380	856.183
Australia	565.384	1.399.710	118.243	364.459	683.627	1.764.169
Nuova Zelanda	83.283	216.515	29.405	105.526	112.688	322.041
Altri paesi	487.199	1.261.796	52.228	258.078	539.427	1.519.874
Totale	9.834.344	23.307.197	1.056.265	4.160.301	10.890.609	27.467.498
TOTALE PAESI ESTERI	33.666.586	110.491.709	8.130.138	51.305.725	41.796.724	161.797.434
TOTALE GENERALE	77.164.740	251.678.307	18.381.346	121.988.405	95.546.086	373.666.712

N.B. Per eserc. Complementari si intendono: campeggi, villaggi turistici, alloggi turistici, alloggi in agriturismo

Fonte: Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi (R)

Tavola 19.6 Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi per Paese di provenienza della clientela e tipologia ricettiva. Toscana - Anno 2008 (dati provvisori)

NAZIONALITA' DI PROVENIENZA	ESERCIZI RICETTIVI					
	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
	3.811.508	11.023.949	1.639.801	10.629.857	5.451.309	21.653.806
	UNIONE EUROPEA					
Austria	74.326	252.574	31.532	199.332	105.858	451.906
Belgio	86.378	313.737	52.873	361.322	139.251	675.059
Danimarca	51.593	183.933	42.178	290.847	93.771	474.780
Finlandia	13.875	44.056	6.954	42.023	20.829	86.079
Francia	320.309	803.667	129.260	614.880	449.569	1.418.547
Germania	377.640	1.469.766	300.855	2.185.981	678.495	3.655.747
Grecia	45.055	105.231	4.912	19.359	49.967	124.590
Irlanda	37.936	124.671	17.232	106.760	55.168	231.431
Lussemburgo	3.876	18.534	1.540	13.022	5.416	31.556
Paesi Bassi	118.883	423.170	213.086	1.700.795	331.969	2.123.965
Portogallo	24.505	61.339	4.451	20.819	28.956	82.158
Regno Unito	312.624	933.081	117.483	647.528	430.107	1.580.609
Spagna	287.163	653.527	47.095	177.581	334.258	831.108
Svezia	55.366	170.675	20.820	117.921	76.186	288.596
Cipro	1.942	5.297	118	758	2.060	6.055
Repubblica Ceca	17.665	48.226	12.651	72.282	30.316	120.508
Estonia	3.318	7.909	830	3.281	4.148	11.190
Ungheria	26.476	69.911	10.017	47.424	36.493	117.335
Lettonia	2.766	5.400	400	1.633	3.166	7.033
Lituania	9.243	15.120	1.032	4.128	10.275	19.248
Malta	3.005	13.398	868	5.455	3.873	18.853
Polonia	56.465	126.846	23.856	136.611	80.321	263.457
Slovacchia	4.467	13.443	3.556	21.977	8.023	35.420
Slovenia	18.278	43.324	5.667	23.500	23.945	66.824
Bulgaria	13.785	29.527	1.050	4.372	14.835	33.899
Romania	28.657	102.072	5.335	67.606	33.992	169.678
TOTALE	1.995.596	6.038.434	1.055.651	6.887.197	3.051.247	12.925.631
	ALTRI PAESI EUROPEI					
Albania	6.572	22.662	1.323	27.571	7.895	50.233
Bielorussia	4.380	8.293	219	2.096	4.599	10.389
Bosnia-Erzegovina	970	3.082	81	583	1.051	3.665
Croazia	13.235	33.573	1.179	5.955	14.414	39.528
Islanda	1.917	7.210	711	5.337	2.628	12.547
Liechtenstein	58	188	8	322	66	510
Macedonia	987	4.984	277	5.904	1.264	10.402
Moldova	1.368	4.131	217	1.682	1.585	5.813

(segue) **Tavola 19.6** Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi per Paese di provenienza della clientela e tipologia ricettiva. Toscana - Anno 2008 (dati provvisori)

Norvegia	43.241	139.534	15.866	95.759	59.107	235.293
Russia	140.671	307.046	6.466	35.554	147.137	342.600
Serbia e Montenegro	10.700	19.855	474	3.092	11.174	22.947
Svizzera	115.497	451.901	80.162	618.026	195.659	1.069.927
Turchia	30.221	66.004	2.085	9.020	32.306	75.024
Ucraina	9.715	29.233	998	6.695	10.713	35.928
Altri Paesi Europa	51.053	133.901	14.824	105.023	65.877	238.924
TOTALE	430.585	1.231.111	124.890	922.619	555.475	2.153.730
PAESI EXTRAEUROPEI						
Canada	91.174	244.243	32.920	139.432	124.094	383.675
U.S.A.	582.137	1.407.746	127.034	577.688	709.171	1.985.434
Altri Paesi America sett.	354	1.761	393	1.295	747	3.056
Messico	38.804	77.877	5.090	17.870	43.894	95.747
Venezuela	8.936	21.238	1226	5.287	10.162	26.525
Brasile	77.169	165.484	11.177	41.351	88.346	206.835
Argentina	23.138	54.339	5.607	16.619	28.745	70.958
Altri Paesi America centrale	5.752	15.502	1.855	14.121	7.607	29.623
Altri Paesi America Latina	26.620	60.554	4.132	15.654	30.752	76.208
Cina	142.044	191.513	7.403	22.821	149.447	214.334
Corea del Sud	21.328	37.078	7.253	13.814	28.581	50.892
Giappone	238.134	472.702	10.281	30.886	248.415	503.588
India	28.575	50.703	2.468	9.739	31.043	60.442
Paesi Asia Centro Occidentale	1.265	3.321	242	1.783	1.507	5.104
Altri Paesi Asia Orientale	22.801	46.359	2.549	15.230	25.350	61.589
Australia	95.165	221.874	38.598	132.328	133.763	354.202
Nuova Zelanda	13.823	31.760	8.388	26.510	22.211	58.270
Altri Paesi Oceania e Polari	1455	2098	302	1087	1757	3.185
Israele	30.000	75.496	7.690	32.563	37.690	108.059
Altri Paesi Medio Oriente	14.051	40.836	1.387	14.724	15.438	55.560
Egitto	2.672	9.558	382	3.849	3.054	13.407
Sud Africa Repubblica	8.732	22.390	3.460	12.561	12.192	34.951
Altri Paesi Africa mediter.	6.041	19.053	1.078	26.958	7.119	46.011
Altri Paesi Africa centro- sud	13.203	39.779	2.813	38.188	16.016	77.967
Altri paesi Extraeuropei	76.448	167.517	14.270	73.619	90.718	241.136
TOTALE	1.569.821	3.480.781	297.998	1.285.977	1.867.819	4.766.758
TOTALE PAESI STRANIERI	3.996.002	10.750.326	1.478.539	9.095.793	5.474.541	19.846.119
TOTALE GENERALE	7.807.510	21.774.275	3.118.340	19.725.650	10.925.850	41.499.925

Fonte: Regione Toscana

**TAVOLA 4.1 - ARRIVI E PRESENZE PER PAESE DI PROVENIENZA,
TIPOLOGIA**

RICETTIVA E APT - PROVINCIA DI GROSSETO. TOSCANA, 2010.

PAESE DI PROVENIENZA	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI EXTRALBERGHIERI		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze

APT 6 "GROSSETO" (a)

Italia	365.514	1.205.763	456.316	3.026.944	821.830	4.232.707
Albania	380	1.019	169	1.443	549	2.462
Austria	6.296	37.518	4.603	34.500	10.899	72.018
Belgio	1.913	9.622	2.977	22.911	4.890	32.533
Bielorussia	17	57	41	461	58	518
Bosnia-Erzegovina	25	101	25	232	50	333
Bulgaria	158	533	44	211	202	744
Cipro	12	60	4	10	16	70
Croazia	92	239	72	1.190	164	1.429
Danimarca	916	2.828	1.624	12.775	2.540	15.603
Estonia	74	267	37	170	111	437
Finlandia	509	1.402	605	4.199	1.114	5.601
Francia	6.849	26.906	7.058	47.753	13.907	74.659
Germania	18.814	111.072	47.443	388.150	66.257	499.222
Grecia	234	748	136	507	370	1.255
Irlanda	473	1.992	233	1.452	706	3.444
Islanda	30	144	4	29	34	173
Lettonia	44	118	24	47	68	165
Liechtenstein	0	0	0	0	0	0
Lituania	130	359	61	380	191	739
Lussemburgo	183	913	120	1.089	303	2.002
Macedonia	51	141	38	1.085	89	1.226
Malta	52	143	59	300	111	443
Moldova	85	276	53	230	138	506
Norvegia	1.480	5.310	1.771	13.671	3.251	18.981
Paesi Bassi	3.553	17.641	11.600	104.114	15.153	121.755
Polonia	1.019	4.774	2.347	15.730	3.366	20.504
Portogallo	241	751	104	369	345	1.120
Regno Unito	4.501	17.306	2.517	16.122	7.018	33.428
Repubblica Ceca	997	4.401	1.494	8.022	2.491	12.423
Romania	1.346	8.811	672	12.999	2.018	21.810
Russia	3.674	27.563	780	5.239	4.454	32.802
Serbia e Montenegro	94	1.366	111	1.246	205	2.612
Slovacchia	239	2.249	236	1.521	475	3.770
Slovenia	277	1.389	444	4.901	721	6.290
Spagna	1.686	3.654	1.159	4.885	2.845	8.539
Svezia	2.218	7.882	3.614	27.450	5.832	35.332
Svizzera	12.102	66.346	24.755	222.949	36.857	289.295
Turchia	145	431	51	750	196	1.181

Ucraina	371	1.965	96	972	467	2.937
Ungheria	303	1.476	589	6.417	892	7.893
Altri Paesi Europa	800	3.107	870	4.690	1.670	7.797
Canada	1.331	3.062	498	2.166	1.829	5.228
U.S.A.	5.794	14.390	2.444	9.247	8.238	23.637
Altri paesi America settentrionale	107	256	21	76	128	332
Messico	109	323	28	115	137	438
Venezuela	123	332	56	554	179	886
Brasile	662	1.542	219	767	881	2.309
Argentina	385	1.792	99	741	484	2.533
Altri paesi America centrale	251	704	137	645	388	1.349
Altri paesi America latina	162	365	77	579	239	944
Cina	191	351	61	266	252	617
Corea del Sud	47	198	60	229	107	427
Giappone	350	1.091	132	607	482	1.698
India	129	361	61	468	190	829
Paesi Asia Centro Occidentale	15	33	9	33	24	66
Altri paesi Asia orientale	255	1.019	68	866	323	1.885
Australia	885	2.053	398	1.553	1.283	3.606
Nuova Zelanda	179	658	104	731	283	1.389
Altri paesi Oceania e regioni polari	8	12	1	3	9	15
Israele	385	822	154	726	539	1.548
Altri Paesi Medio Oriente	193	517	57	539	250	1.056
Egitto	127	2.351	89	935	216	3.286
Sud Africa Repubblica	140	345	45	260	185	605
Altri paesi Africa mediterranea	67	115	28	386	95	501
Altri paesi Africa centro-sud	519	3.113	232	3.965	751	7.078
Altri paesi Extraeuropei	2.400	22.269	946	5.630	3.346	27.899
Totale Estero	87.197	430.954	124.664	1.003.258	211.861	1.434.212
Totale generale	452.711	1.636.717	580.980	4.030.202	1.033.691	5.666.919

(a) L'APT 6 "Grosseto" coincide con la provincia

Tavola 21

Assunzioni non stagionali previste dalle imprese per il 2009 per le quali viene richiesta la conoscenza di lingue straniere e lingua prevalentemente richiesta, per settore di attività, ripartizione territoriale e classe dimensionale

	Assunzioni non stagionali con richiesta conoscenza lingue		di cui** (% sul totale):					
	Totale 2009 (v.a.)	% su totale assunzioni	Inglese	Fran- cese	Spa- gnolo	Tedesco	Cinese o arabo	Altro
TOTALE	87.450	16,7	91,8	2,3	0,3	5,1	0,4	0,2
INDUSTRIA	24.230	13,4	95,8	1,1	0,2	1,8	1,0	0,2
<i>Industria in senso stretto</i>	<i>20.510</i>	<i>21,0</i>	<i>96,6</i>	<i>0,9</i>	<i>0,2</i>	<i>2,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,3</i>
Estrazione di minerali	420	38,8	99,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	1.580	9,7	94,9	0,6	0,1	3,5	0,2	0,7
Industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature	2.170	19,1	98,3	0,7	0,0	0,8	0,0	0,1
Industrie del legno e del mobile	730	10,3	90,9	3,3	0,3	5,6	0,0	0,0
Industrie della carta, della stampa ed editoria	1.020	23,5	93,7	2,3	1,1	2,9	0,0	0,0
Industrie chimiche	1.950	37,2	96,9	0,6	0,0	1,9	0,1	0,6
- di cui: <i>Industria farmaceutica</i>	840	45,0	97,1	0,1	0,0	2,7	0,0	0,0
Industrie della gomma e delle materie plastiche	670	16,5	96,7	1,8	0,0	1,5	0,0	0,0
Industrie dei minerali non metalliferi	580	13,6	91,7	2,1	0,5	3,8	0,0	1,9
Industrie dei metalli	1.900	12,2	96,1	0,8	0,2	2,9	0,0	0,1
Industrie meccaniche e dei mezzi di trasporto	5.270	32,8	97,3	0,6	0,4	1,5	0,0	0,3
- di cui: <i>Industria aeronautica</i>	530	54,7	99,6	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
- di cui: <i>Fabbricazione autoveicoli e altri mezzi di traspor.</i>	1.380	28,1	98,7	0,3	0,2	0,8	0,0	0,0
Industrie elettriche, elettroniche, ottiche e medicali	3.480	41,3	97,8	0,4	0,0	1,7	0,0	0,0
- di cui: <i>Industria elettronica</i>	830	52,1	99,6	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0
Ind. beni per la casa, tempo libero e altre manifatturiere	250	16,7	95,2	2,0	0,0	2,0	0,0	0,8
Produzione e distribuzione di energia, gas e acqua	480	19,4	96,5	2,3	0,0	1,2	0,0	0,0
Costruzioni	3.720	4,5	91,5	1,9	0,1	0,3	6,2	0,0
SERVIZI	63.220	18,4	90,3	2,7	0,3	6,3	0,1	0,2
Commercio al dettaglio	5.840	9,1	87,2	1,3	0,2	10,8	0,0	0,5
Commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli	1.080	11,0	92,9	2,7	0,0	4,4	0,0	0,0
Commercio all'ingrosso	3.640	18,8	89,9	2,3	0,1	7,6	0,0	0,1
Alberghi, ristoranti e servizi turistici	17.420	33,1	87,6	2,1	0,0	10,0	0,2	0,1
- di cui: <i>Alberghi e servizi turistici</i>	7.760	51,4	84,2	0,5	0,0	15,2	0,1	0,0
Trasporti e attività postali	6.820	22,3	85,8	7,0	1,6	5,4	0,0	0,3
- di cui: <i>Trasporto-movimentazione merci e logistica</i>	3.340	19,6	83,7	3,8	2,8	9,3	0,0	0,3
Informatica e telecomunicazioni	7.780	50,0	96,9	0,5	0,2	2,2	0,0	0,2
Servizi avanzati alle imprese	6.450	30,9	92,0	3,9	0,7	3,3	0,0	0,0
- di cui: <i>Servizi tecnici e servizi di ricerca e sviluppo</i>	1.690	39,9	94,0	1,7	0,9	3,4	0,0	0,0
Credito, assicurazioni e servizi finanziari	3.260	20,4	95,4	0,8	0,3	3,2	0,0	0,3
Servizi operativi alle imprese e alle persone	2.680	6,4	95,0	1,1	0,3	3,3	0,1	0,1
Istruzione e servizi formativi privati	1.500	24,4	89,2	3,4	0,8	4,7	1,9	0,0
Sanità e servizi sanitari privati	1.340	4,0	93,7	1,3	0,7	2,5	1,4	0,4
Altri servizi alle persone	4.080	16,2	90,8	7,4	0,0	1,8	0,0	0,0
- di cui: <i>Attività radiotelevisive e dello spettacolo</i>	1.340	36,8	95,9	2,9	0,0	1,1	0,0	0,1
Studi professionali	1.340	17,2	88,0	0,0	0,0	11,7	0,0	0,3
RIPARTIZIONE TERRITORIALE								
Nord Ovest	30.460	20,4	92,9	3,1	0,4	2,6	0,9	0,2
Nord Est	20.450	16,9	86,0	2,7	0,2	10,6	0,2	0,3
Centro	19.490	18,6	95,0	1,1	0,2	3,4	0,1	0,2
Sud e Isole	17.060	11,5	93,2	1,7	0,4	4,7	0,0	0,0
CLASSE DIMENSIONALE								
1-9 dipendenti	32.290	14,9	91,5	2,3	0,5	4,7	0,9	0,1
10-49 dipendenti	14.120	16,3	87,9	2,6	0,3	8,7	0,1	0,4
50-249 dipendenti	14.500	20,3	94,0	1,3	0,2	3,9	0,1	0,4
250-499 dipendenti	6.000	20,4	95,5	1,3	0,2	3,0	0,0	0,1
500 dipendenti e oltre	20.540	17,1	92,3	3,0	0,0	4,6	0,0	0,1

*Valori assoluti arrotondati alle decime. A causa di questi arrotondamenti, i totali possono non coincidere con la somma dei singoli valori.

** Lingua straniera la cui conoscenza è prevalentemente richiesta per lo svolgimento dell'attività lavorativa

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2009

Direzione Generale
Relazioni internazionali e lingue straniere
Via Ripamonti, 85 – 20141 Milano
Posta Elettronica Certificata: drlo@postacert.istruzione.it

Prot. n. MIUR AOODRLO R.U. 902
Milano, 28 gennaio 2011

Ai dirigenti scolastici delle
scuole secondarie di I e II grado
della Lombardia

Oggetto: Trasmissione del *Dossier Informativo* sull'insegnamento del tedesco

L'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia desidera richiamare l'attenzione delle SS. LL. sull'importanza dell'insegnamento del tedesco in Lombardia.

Negli ultimi anni si è assistito ad una forte contrazione dell'offerta della lingua tedesca sia nelle scuole secondarie di primo grado sia in quelle di secondo grado. La progressiva riduzione dell'insegnamento della lingua e civiltà tedesca è in contraddizione con le reali esigenze del territorio lombardo che vede la Germania come primo partner commerciale sia per import/export sia per i movimenti del turismo verso la nostra regione.

Nel rispetto dell'autonomia organizzativa e didattica di ciascuna istituzione scolastica, l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia reputa opportuno trasmettere l'allegato *Dossier informativo* e invita le SS. LL. a voler considerare l'opportunità di rilanciare l'insegnamento della lingua tedesca in risposta a:

- la richiesta di competenze plurilingui condivisa e promossa da tutte le istituzioni europee quale valore di crescita individuale, economica e sociale, finalizzata ad assicurare ad ogni cittadino europeo la possibilità di scelta tra il maggior numero di lingue straniere possibili con cui esprimersi ed operare;
- la necessità di offrire agli studenti l'occasione di confrontarsi con questa lingua straniera. E' dimostrato che ogni apprendimento linguistico iniziato a scuola viene continuato con maggiore facilità nelle fasi successive della vita. Senza un sostegno scolastico è difficile accostarsi allo studio del tedesco (vedi *Dossier* p. 24, 25);
- l'opportunità per gli studenti di apprendere una lingua che risulta essere strumento privilegiato e strategico per accedere al mercato del lavoro (vedi *Dossier* p. 25, 26, 28);
- l'occasione per gli studenti di rafforzare le abilità logiche, trasversali a tutte le discipline, oltre che alla lingua madre e alle altre lingue straniere. La struttura profonda della lingua tedesca aiuta la riflessione formale, lessicale e morfosintattica. Da non dimenticare, inoltre, il contributo imprescindibile offerto dalla lingua tedesca alla scienza, alla filosofia, alla letteratura e alla musica;
- il ruolo importante svolto dalla lingua tedesca nell'Unione Europea: dopo l'inglese (38%), il tedesco (14%) è la lingua più parlata in Europa: chi parla il tedesco può comunicare con oltre 100 milioni di persone;
- l'importanza delle relazioni commerciali tra la Germania e i paesi in cui si parla la lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera e Liechtenstein) e la Lombardia. La Germania è il primo partner commerciale dell'Italia: i dati Istat confermano che il 26% delle importazioni annuali e il 21% delle esportazioni annuali della Lombardia si svolgono con paesi di lingua tedesca (vedi *Dossier*

p. 5-14/17-22). Molte imprese lombarde hanno contatti con paesi di lingua tedesca grazie a filiali italiane all'estero, imprese tedesche hanno filiali in Lombardia (ad es. Bosch, Siemens, Porsche, Mercedes Benz). Lo studio del tedesco risponde, quindi, alle esigenze economiche e occupazionali del territorio;

- i turisti in Lombardia provenienti dalla Germania e dai paesi di lingua tedesca sono al primo posto con una percentuale del 55% rispetto al resto d'Europa e del 32% sul totale delle presenze da tutto il mondo (vedi *Dossier* p. 15,16);
- le richieste del settore commerciale e turistico del mondo del lavoro. In alcuni casi è stata rilevata una contrazione occupazionale a causa della carente conoscenza di questa lingua. Import, export, istituti di credito (ad esempio, la Banca Centrale Europea ha la sua sede a Francoforte sul Meno), industrie automobilistiche, multinazionali della chimica, dell'elettronica e della meccanica sono i settori in cui la conoscenza del tedesco dà una marcia in più (vedi *dossier* p.17-22)
- le opportunità di maggiore mobilità offerte a chi conosce il tedesco in quanto permette, nei viaggi di lavoro e di studio, di stabilire rapporti diretti con le popolazioni locali, acquisendo maggiore consapevolezza della propria "cittadinanza europea" (vedi *Dossier* p. 25,27,28)

Alla luce delle suddette motivazioni, l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia invita le SS. LL. a rilanciare nelle Loro scuole lo studio della lingua tedesca come lingua strategica per il presente e il futuro nonché per la formazione culturale e professionale degli studenti.

Si suggeriscono **due strategie**:

- mantenere e potenziare l'insegnamento della lingua tedesca nei propri istituti nei vari indirizzi e nel piano dell'offerta formativa. Poiché nei licei ove viene insegnata una sola lingua straniera non è specificata la lingua da studiare, si potrebbe offrire il tedesco;
- sostenere le iniziative che tendono a migliorare la qualità dell'insegnamento/apprendimento delle lingue straniere e del tedesco in particolare, mediante l'attivazione di Certificazioni internazionali, la promozione di esperienze CLIL (insegnamento di una disciplina non linguistica in una lingua straniera), corsi di tedesco per docenti e genitori e, naturalmente, promuovendo stage all'estero e scambi tra scuole che rafforzano e arricchiscono non solo la conoscenza e le competenze linguistiche, ma anche l'esperienza personale di ogni studente.

Confidando nella consueta collaborazione, si rimane a disposizione per qualsiasi ulteriore informazione.

La dirigente
Gisella Langè

Allegato



Titolo: [Dossier informativo sul tedesco](#)

File: protlo902_11all1.pdf

Dimensione: 820 kB

GL/rs

Per informazioni: Rita Scifo

tel 02 574 627 322

Email lingue@istruzione.lombardia.it