

# 6 Lo compriamo?

CF

## COMPITI FINALI

- Fare l'infografica dei prodotti più comprati della classe
- Preparare l'annuncio di un oggetto usato da vendere online

CI

## COMPITI INTERMEDI

- Reperire informazioni su un prodotto
- Preparare una scheda con informazioni su un prodotto di seconda mano
- Scrivere le caratteristiche del supermercato ideale per il consumatore



## 1. Lo prendo!

**A.** Osserva la fotografia: che luogo rappresenta? Quali elementi riconosci? Parlane con un compagno.

**B.** Osserva la nuvola di parole e completa le seguenti categorie. Poi, confronta la tua lista con quella di un compagno.

Nomi utili per fare acquisti: .....

Verbi utili per fare acquisti: .....

Luoghi in cui fare acquisti: .....

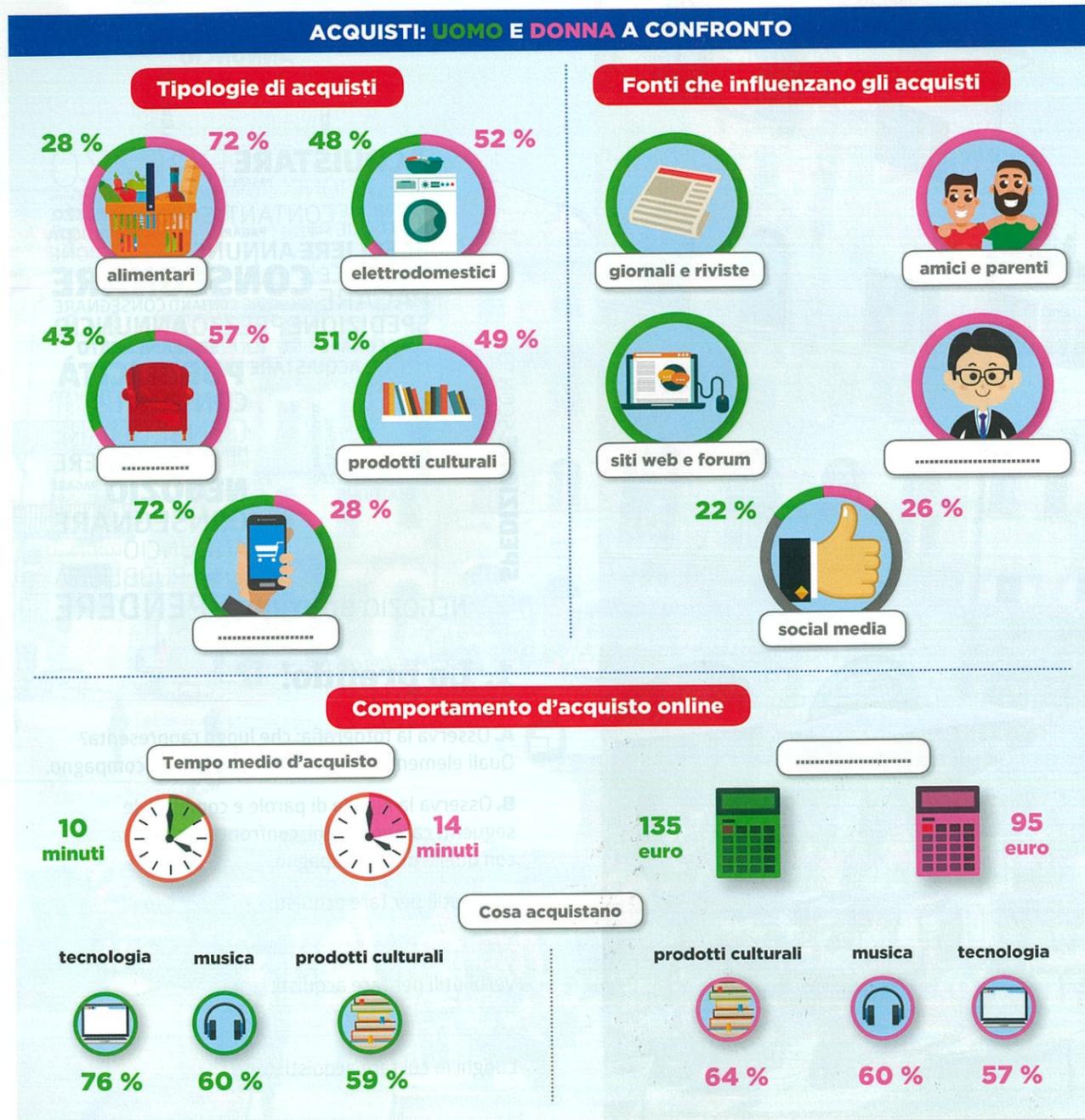
**C.** Tu di solito dove fai acquisti? Quali oggetti compri? Parlane con un compagno.

- *A me piace acquistare vestiti vintage nei mercati dell'usato. Ci vado almeno una volta al mese!*
- *Io invece preferisco fare acquisti online: mi piace la spesa a domicilio!*

2. Cose di cui abbiamo bisogno

A. Osserva l'infografica sul comportamento d'acquisto di uomini e donne in Italia. Completala con le seguenti parole, poi confrontati con un compagno.

- ▶ addetti alle vendite
- ▶ spesa media
- ▶ acquisti online
- ▶ mobili



B. E a casa tua, chi fa gli acquisti e che cosa acquista? A coppie, fatevi delle domande per completare ciascuno la scheda dell'altro.

- Di solito, chi compra i prodotti alimentari?
- Il mio ragazzo, perché gli piace andare al supermercato.

ALIMENTARI: .....

ELETTRODOMESTICI: .....

MOBILI: .....

TIPOLOGIE D'ACQUISTO PIÙ FREQUENTI: .....

ALTRO: .....

C. Leggi l'articolo e verifica l'infografica che hai completato. Ci sono informazioni che ti sorprendono? Secondo te, qual è il comportamento d'acquisto nel tuo Paese? Parlane con un compagno.

Acquisti razionali o emotivi?

Un'indagine ha evidenziato differenze e similitudini nel comportamento dei consumatori di sesso opposto in Italia.

La differenza maggiore riguarda le fonti da cui si lasciano influenzare nelle scelte: amici, parenti e addetti alle vendite per lei; giornali, riviste e siti web per lui. I social media sono sempre più importanti per entrambi. Più "mi piace" ci sono, meglio è! Tra le tipologie di prodotti comprati, sono simili le percentuali per gli elettrodomestici e i prodotti culturali. Una chiara differenza si osserva nei mobili e negli alimentari, di cui si interessano principalmente le donne, e negli acquisti online, a cui si dedicano soprattutto gli uomini. Per entrambi i sessi aumentano i consumatori che fanno acquisti online, ma la percentuale degli uomini è nettamente maggiore.

Sul web l'uomo, che generalmente è più veloce della donna nella scelta, spende mediamente di più (135 euro contro i 95 euro della donna). La percentuale femminile di acquirenti online è minore ma in crescita, grazie al prezzo spesso migliore e alla vasta scelta offerti dal web. Nonostante le differenze, nei primi tre posti della graduatoria dei prodotti acquistati si alternano le stesse tipologie di prodotti: il 76% degli uomini acquista computer mentre il 64% delle donne acquista prodotti culturali, al secondo posto il 60% di uomini e donne acquista musica, al terzo posto ci sono prodotti culturali per lui (59%) e computer per lei (57%).

D. Osserva i pronomi relativi che e cui evidenziati nel testo e scegli le opzioni corrette per completare la regola d'uso.

**i pronomi relativi che e cui** ▶ p. 112

che / cui	è preceduto da una preposizione
che / cui	non è preceduto da una preposizione

E. Individua e osserva i seguenti comparativi estratti dal testo e completa il quadro. Poi, in base alle informazioni presenti nell'infografica e nell'articolo, completa le frasi sotto.

minore   migliore   maggiore   meglio

**i comparativi** ▶ p. 112

buono	.....
grande	.....
piccolo	.....
bene	.....

1. Il tempo medio che l'uomo dedica a un acquisto online è ..... di quello della donna.
2. L'influenza dei social media sugli acquisti è ..... per le donne che per gli uomini.
3. In alcuni negozi si trovano prezzi buoni, ma su Internet spesso sono .....
4. È bene ascoltare i consigli di un esperto, ma per molti uomini è ..... leggere le opinioni degli utenti online.

F. Hai notato qualcosa di particolare nell'uso delle parole bene e buono? Completa la regola.

**bene e buono** ▶ p. 112

bene	si riferisce ad un verbo / nome ed è variabile / invariabile
buono	si riferisce ad un verbo / nome ed è variabile / invariabile

G. Un giornale intervista due persone sui loro comportamenti d'acquisto online. Ascolta e indica se le affermazioni sono vere o false.

- |  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
|  | V                        | F                        |
| 1. Entrambi gli intervistati fanno acquisti con la stessa frequenza.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Per gli acquisti usano gli stessi dispositivi (pc, smartphone, tablet). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Comprano oggetti simili.  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Acquistano per motivi diversi.  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Danno uguale importanza alle opinioni degli utenti online.              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

H. Osserva le parole evidenziate al punto G. Cosa significano? Scrivi la traduzione nella tua lingua.

**CI RECENSIONI PER TUTTI I GUSTI**  
Cerca su siti Internet in italiano un prodotto che ti piacerebbe acquistare. Annota le informazioni che ritieni più utili. Secondo te, le recensioni sono utili? Prendi nota e parlane con un compagno.