**LIENS -----DICTEES**

<https://www.youtube.com/watch?v=3V6-LIiOfVc>

<https://dictee.tv5monde.com/> niveau b1

<https://www.youtube.com/watch?v=4PtrFz2Drjo>

**VERSION I**

**“Dopo Attila è arrivato Bondi”**

Sulla carta è il monumento più famoso al mondo. Nella realtà sta cadendo a pezzi. Il Colosseo ha bisogno di un restauro da 25 milioni di euro, ma di quattrini nelle casse dello Stato non c’è traccia. Così il ministro dei Beni culturali, Sandro Bondi, ha aperto la caccia agli sponsor privati: s’è già offerto Diego Della Valle per guidare la cordata che salverà facciata e faccia alla cultura in crisi ormai cronica. Ma ecco che quei calcinacci che di buon mattino si sono staccati dall’ambulacro centrale sono anche il simbolo del fallimento italiano: addirittura all’anfiteatro Flavio, che da solo fa milioni di turisti e nelle statistiche mondiali è sul podio con un valore d’immagine pari a 91 miliardi di euro, più dei Musei Vaticani e quasi come il marchio della Coca-Cola, occorre un salvagente per restare in piedi. E presto lo vedremo avvolto da quei mega-cartelloni pubblicitari che ricoprono i tesori in restauro a spese di multinazionali o del magnate di turno, facendo infuriare le archistar. Perché se lo Stato arranca già nel cuore dell’Urbe, figuriamoci cosa capita a musei, scavi, teatri, fondazioni, archivi e biblioteche di mezza Italia. I conti del ministero del Beni culturali sono rossi come certe, ormai abbandonate rovine romane. E i tagli soffocano quello che dovrebbe essere, piuttosto, il core business del Belpaese.

**CORRECTION**

Tommaso Cerno, L’Espresso 13/10/2010

**« Après Attila voici Bondi »**

Sur le papier c’est le monument le plus célèbre du monde. Dans la réalité il est en train de tomber en ruines. Le Colisée a besoin d’une restauration de 25 millions d’euros, mais des sous dans les caisses de l’Etat il n’y en a pas. Alors le ministre des Biens Culturels, Sandro Bondi, a ouvert la chasse aux sponsors privés : Diego Della Valle s’est déjà proposé pour guider la cordée qui sauvera la façade et la face de la culture désormais en crise chronique. Mais voilà qu’un beau matin des morceaux de plâtre se sont détachés du promenoir (déambulatoire) central, symbolisant là aussi l’échec de l’Italie. L’amphithéâtre Flavien, qui a lui seul fait des millions d’entrées et dans les statistiques mondiales est sur le podium avec une valeur d’image égale à 91 milliards d’euros, plus que les musées du Vatican et presque comme le logo du Coca-Cola, a franchement besoin d’une bouée de sauvetage pour tenir debout. Et bientôt nous le verrons enveloppé de ces énormes bâches publicitaires qui recouvrent les trésors en restauration aux frais des multinationales ou du magnat de service, mettant hors d’elles les stars de l’architecture. Parce que si l’Etat s’enlise déjà dans le cœur de la ville, imaginons ce se passe ici pour les musées, les fouilles, les théâtres, les fondations, les archives et les bibliothèques d’une bonne partie de l’Italie. Les comptes du ministère des Biens Culturels sont à découvert comme certaines ruines romaines désormais abandonnées. Et les coupes suffoquent ce qui devrait être plutôt l’activité première de l’Italie.

Tommaso Cerno, L’Espresso 13/10/2010

**VERSION II**

Sono nati a cavallo del cambio di millennio e oggi hanno tra i 18 e i 30 anni. Stanno per finire il liceo oppure frequentano l’università o se la sono appena lasciata alle spalle. E in comune hanno soprattutto una cosa: sono la generazione dei nativi digitali, i «millennials», quelli che maneggiano computer e telefonini come se fossero estensioni del loro stesso corpo, che usano i social network come luoghi di incontro allo stesso modo in cui le compagnie di un tempo usavano le piazze, i portici o le scalinate delle chiese. E che con la Rete vivono in assoluta simbiosi. Ma sono anche destinati ad essere i nuovi protagonisti del mondo del lavoro, quelli che entreranno nelle aziende negli anni a venire e che con sé porteranno inevitabilmente anche tutta la loro cultura web social. Un bene? Un male? Dipende da quale equilibrio si raggiungerà in questo rapporto tra il nuovo che avanza e il vecchio che fa resistenza. Perché se da un lato potranno portare nelle aziende una ventata di freschezza e di creatività e un sistema di relazioni che vede sempre meno distinto il confine tra vita professionale, vita virtuale e vita reale, dall’altro rischiano di scontrarsi con una realtà che non è ancora pronta ad accoglierli.

Alessandro Sala, Corriere della Sera.it, 23/09/2011

**CORRECTION :**

Ils sont nés à cheval sur deux millénaires et aujourd’hui ils ont entre 18 et 30 ans. Ils sont sur le point de quitter le lycée ou bien ils fréquentent ou viennent tout juste de quitter l’université. Et ils possèdent surtout une caractéristique commune: ils appartiennent à la génération des natifs numériques, les «millénaires». Ils manient l’ordinateur et les téléphones portables comme s’ils étaient des extensions de leur propre corps, utilisent les réseaux sociaux comme des lieux de rencontre de la même façon qu’autrefois les groupes d’amis utilisaient les places, les portiques ou les marches des églises. Et ils vivent en parfaite symbiose avec le Web. Mais ils sont aussi destinés à être les nouveaux protagonistes du monde du travail, ceux qui entreront dans les entreprises dans les années à venir et qui apporteront inévitablement avec eux toute leur culture du Web social. Est-ce un bien ou un mal ? Cela dépend de l’équilibre que l’on atteindra dans ce rapport entre les nouveaux qui vont de l’avant et les anciens qui font de la résistance. Parce que si d’un côté les jeunes pourront apporter dans les entreprises un vent de fraicheur, de créativité et un système de relations où la frontière entre la vie professionnelle, la vie virtuelle et la vie réelle est de moins en moins distincte, d’un autre côté ils risquent de se heurter à une réalité qui n’est pas encore prête à les accueillir.

Alessandro Sala, Corriere della Sera.it, 23/09/2011

**PRODUCTION ECRITE ----COMMENT LA STRUCTURER :SUIVEZ BIEN LES ETAPES**

**A votre avis, faudrait-il rendre les transports en commun du centre-ville gratuits? Est-ce une mesure qui encouragerait les gens à abandonner la voiture? Est-ce mieux pour l’environnement? Sinon, quelles seraient les mesures à suivre pour améliorer la qualité de vie en ville ? Vous exposerez vos arguments de manière claire et cohérente en citant des exemples. Votre texte comprendra au moins 160 mots.**

**Avant de rédiger votre travail, posez-vous les questions suivantes :**

**- Quel type de texte devez-vous écrire ? Une lettre formelle, une lettre amicale, un article ou un courrier des lecteurs ? Ici, vous devez rédiger un essai.**

**- Quel est le thème de l’article ? L’environnement/ les voitures**

**- Que devez-vous faire ? Vous devez exposer vos arguments qui répondent à la question : « faudrait-il rendre les transports en commun du centre-ville gratuits ? »**

**- Ici, il y a plusieurs questions dans la consigne. La question à laquelle vous devez répondre est la première. Les autres questions vous aident à répondre au sujet.**

**Maintenant que vous avez fait ce travail préparatoire, faites une liste des arguments/ des opinions que vous allez développer. Ci-dessous, vous trouverez une liste d’arguments possibles à développer.**

**- D’un côté, la gratuité est une bonne idée : moins d’embouteillages, moins de voitures en ville, c’est plus agréable pour se promener ou faire du vélo. Certaines entreprises ne proposent pas de places de parking à leurs employés : la gratuité des transports pourrait être une solution.**

**- D’un autre côté, certaines personnes ont peur de la gratuité des transports en commun car pour eux c’est synonyme de dégradation et d’insécurité. Si tout le monde prend les transports en commun, il y aura moins de sécurité et moins de confort.**

**- Les transports en commun sont très utiles mais la ponctualité n’est pas garantie. De plus, les habitants ne sont pas à l’abri d’une grève de train ou de bus. Que faire dans cette situation ?**

**Dans le cadre d’un essai, veillez à respecter la structure suivante :**

**Introduction :**

**Vous pouvez faire une « présentation » du sujet. Par exemple : « De nos jours, les centres villes sont envahis par les voitures » ; « Il est de plus en plus difficile de trouver des places de stationnement en ville, ce qui crée un véritable cauchemar pour se rendre sur son lieu de travail ou pour aller faire les boutiques ».**

**Développement :**

**A travers cette partie, vous devez démontrer votre opinion en vous appuyant sur des exemples.**

**Conclusion :**

**La conclusion doit être le reflet de votre opinion. C’est dans ce paragraphe que le lecteur peut lire votre « position » finale.**