

ALESSANDRO LUCCHINI

# Scrivere. Una fatica nera.

Consigli pratici per la comunicazione scritta nel lavoro

i quaderni di **comunico**

---

*a mio padre*

*I quaderni di Comunico* - n. 1  
Copyright © 1996 - Deus Editore srl  
via Breno, 1 - 20139 Milano  
tel. 02/55210545 - fax 02/55210265

ISBN 88-900158-0-2

*Progetto grafico:* Rio Studio Comunicazione - Milano

*Art director:* Gerardo Iuorio

*Vignette:* Gabriele Clima

*Illustrazioni:* Marina Venegoni

*Scrivo per un'infinità di ragioni.  
Non certo per divertimento.  
Ci faccio una fatica nera.*

*Beppe Fenoglio*

Di solito chi scrive un libro mette nelle ultime pagine un lungo elenco di altri libri, dimostrando così di aver potuto scrivere tanto perché ha letto tanto: più ricca è la bibliografia, più seria e importante dovrebbe essere l'opera. Questo libro, che è stato scritto soprattutto grazie al contributo di idee e di esperienza di alcuni noti specialisti della comunicazione professionale, riporta i loro nomi nelle prime pagine.

Con il ringraziamento dell'autore.

**Ugo Canonici**, amministratore delegato Cleis-Servizi per l'impresa, presidente del C<sup>3</sup>-Club Comunicare Comunicare, direttore della rivista "dm&c" (Deus Editore).  
È uno dei maggiori esperti italiani di comunicazione d'impresa.

**Claudio Maffei**, titolare della omonima agenzia di relazioni pubbliche, docente di "public speaking" in corsi per manager, direttore della rivista "Comunico" (Deus Editore).

**Ruben Abbattista**, direttore generale dell'Asm - Associazione Italiana Studio Malformazioni, responsabile della commissione comunicazione e informazione del Summit della Solidarietà.

**Renzo Banison**, amministratore delegato di Omnia Meeting & Congressi, società di consulenza e organizzazione congressuale specializzata nel settore medico-farmaceutico.

**Roberta Battaini**, avvocato civilista esercitante a Milano, specializzata in diritto commerciale, diritto bancario e diritto di famiglia.

**Carla Brutto**, consulente di strategie di comunicazione, specializzata in comunicazione consumeristica.

**Mario Conti**, giornalista, redattore del settimanale "Oggi".

**Carlo Cremona**, svolge diverse attività nell'area delle reti telematiche a valore aggiunto: giornalista freelance, formatore-addestratore, consulente in progetti Internet.

**Ruggero Frecchiami**, responsabile sviluppo servizi assicurativi di Targa Service, Gruppo Fiat.

**Mariella Gerverno**, responsabile ufficio stampa e relazioni esterne di Smau - Esposizione internazionale dell'information & communications technology.

**Mario Gualdieri**, amministratore unico di Endaxi Consulenti Associati, consulente di tecniche manageriali con esperienza specifica nella selezione e nella formazione del personale.

**Gerardo Iorio**, art director, presidente di Rio Studio Comunicazione, agenzia di creatività per l'impresa.

**Donato Mutarelli**, giornalista, ideatore di noti periodici della comunicazione (come "Strategia" e "Campagne"), autore di diversi libri sulla pubblicità. Maestro dell'autore.

**Mercedes Orioli**, partner di Endaxi Consulenti Associati, docente di psicologia e tecniche di vendita con esperienza specifica nelle tecniche di marketing telefonico.

**Marina Picarelli**, giornalista, responsabile del settore *new media* di Rio Studio Comunicazione.

**Renzo Rizzon**, amministratore delegato del Gruppo Media, pool di aziende di arti grafiche a ciclo completo (fotocomposizione, fotolito, stampa, legatoria, cartotecnica).

**Giovanni Rossi**, amministratore delegato di Rossi Digital Image, casa di produzione multimediale.

**Stefano Sandri**, giurista d'impresa per la proprietà intellettuale e Giudice della CEE sul marchio comunitario, Presidente dell'ANSWER, Associazione Italiana Sponsorizzazioni.

**Vittore Vezzoli**, copywriter, docente di comunicazione scritta per dirigenti e funzionari del settore privato e pubblico, che ha scritto il capitolo 13, "La salumiera, il sergente, Cicerone e Leopardi".

Un grazie particolare a **Cristina Massa**, giornalista, responsabile dei servizi editoriali di Rio Studio Comunicazione, senza il cui aiuto questo libro non sarebbe nato.

Grazie anche a Paola Bellazzi, Flavio Fontanin, Sabrina Pappalardo, Dhimitri Perret, Laura Piazza, Filippo Pogliani, Vincenzo Sansonetti, Ivana Zambianchi, per i loro preziosi consigli.

<i>Prefazione</i>	<i>Un dialogo</i>	<i>di Ugo Canonici</i>	9
<i>L'autore al lettore (come Dostoevskij?)</i>			13
<b>Parte prima</b>	<b>Come usare la parola scritta per...</b>		
Capitolo 1	Scrivere una lettera		23
Capitolo 2	Preparare una telefonata		37
Capitolo 3	Realizzare una newsletter		45
Capitolo 4	Redigere un comunicato stampa		51
Capitolo 5	Stilare una circolare e un verbale di riunione		61
Capitolo 6	Comunicare un evento		71
Capitolo 7	Proporre una sponsorizzazione		89
Capitolo 8	Preparare una relazione a un convegno		101
Capitolo 9	Lanciare una campagna <i>no profit</i>		109
Capitolo 10	Recuperare un credito o far valere altri diritti		117
Capitolo 11	Scrivere un curriculum		123
<b>Parte seconda</b>	<b>La forma</b>		
Capitolo 12	Il supporto della grafica		133
<b>Parte terza</b>	<b>Lo stile</b>		
Capitolo 13	La salumiera, il sergente, Cicerone e Leopardi <i>di Vittore Vezzoli</i>		149
Capitolo 14	Recuperiamo la retorica: saremo più creativi (breve dizionario dei termini retorici e linguistici)		157
Capitolo 15	Le citazioni		169
Capitolo 16	I luoghi comuni		173
Capitolo 17	Editing: occhio all'ortografia		177
<b>Parte quarta</b>	<b>Oltre la parola scritta</b>		
Capitolo 18	La rivoluzione digitale: ipertesti e multimedialità		183
Capitolo 19	Internet: il più grande ipertesto noto		193
<b>Fuori tema?</b>			
Capitolo 20	Le lettere d'amore		209
<i>Postfazione</i>	<i>Un decalogo</i>	<i>di Claudio Maffei</i>	219