



# SCRIVERE L'IMPRESA

Comunicazione e storytelling  
per la cultura organizzativa

Direzione Scientifica Sara Loffredi



Gruppo

**ISPER**



**PROGETTI**

*su misura*

**ISPER** Academy



La scrittura è molto più di uno strumento operativo: è un motore culturale.

La collana Scrivere l'impresa nasce per riportare centralità alla parola scritta in azienda, come leva di relazione, identità e cambiamento.

In un contesto lavorativo in cui i messaggi si moltiplicano e il tempo si riduce, scrivere bene significa creare fiducia, coesione e senso di appartenenza.

Comunicare con consapevolezza, raccontare il valore dei ruoli, costruire storie autentiche e condivise: tutto questo contribuisce a generare cultura organizzativa.





# Gli obiettivi

- **Sviluppare** una cultura della scrittura efficace, chiara e relazionale
- **Rafforzare** la coesione interna e migliorare il clima aziendale
- **Valorizzare** i ruoli attraverso narrazioni autentiche
- **Potenziare** le soft skill comunicative
- **Promuovere** inclusione, engagement e identità aziendale

# La metodologia didattica

Workshop da 7 ore, suddivisi in due mezze giornate.

Modalità: in presenza o online, con possibilità di personalizzazione per team e figure aziendali.

Approccio laboratoriale:

- esercitazioni su casi reali aziendali
- scrittura individuale e collettiva
- confronto, storytelling, role playing

Possibilità di attivare counseling individuale online (1h) su richiesta per accompagnare l'applicazione pratica degli apprendimenti.





# I corsi

## 1. Scrivere in azienda

Mail e comunicazione interna

Rendere la scrittura quotidiana più chiara, efficace e relazionale.

- Obiettivi: ridurre incomprensioni, migliorare collaborazione e immagine professionale.
- Destinatari: tutta la popolazione aziendale.

## 2. Scrivere d'azienda

Storytelling e comunicazione esterna

Raccontare l'identità dell'azienda con autenticità e impatto.

- Obiettivi: rafforzare cultura aziendale, attrarre talenti, ispirare fiducia.
- Destinatari: HR, comunicazione, employer branding.

## 3. Scrivere il lavoro

Raccontare ruoli per creare valore

Valorizzare ruoli e professioni superando stereotipi e bias.

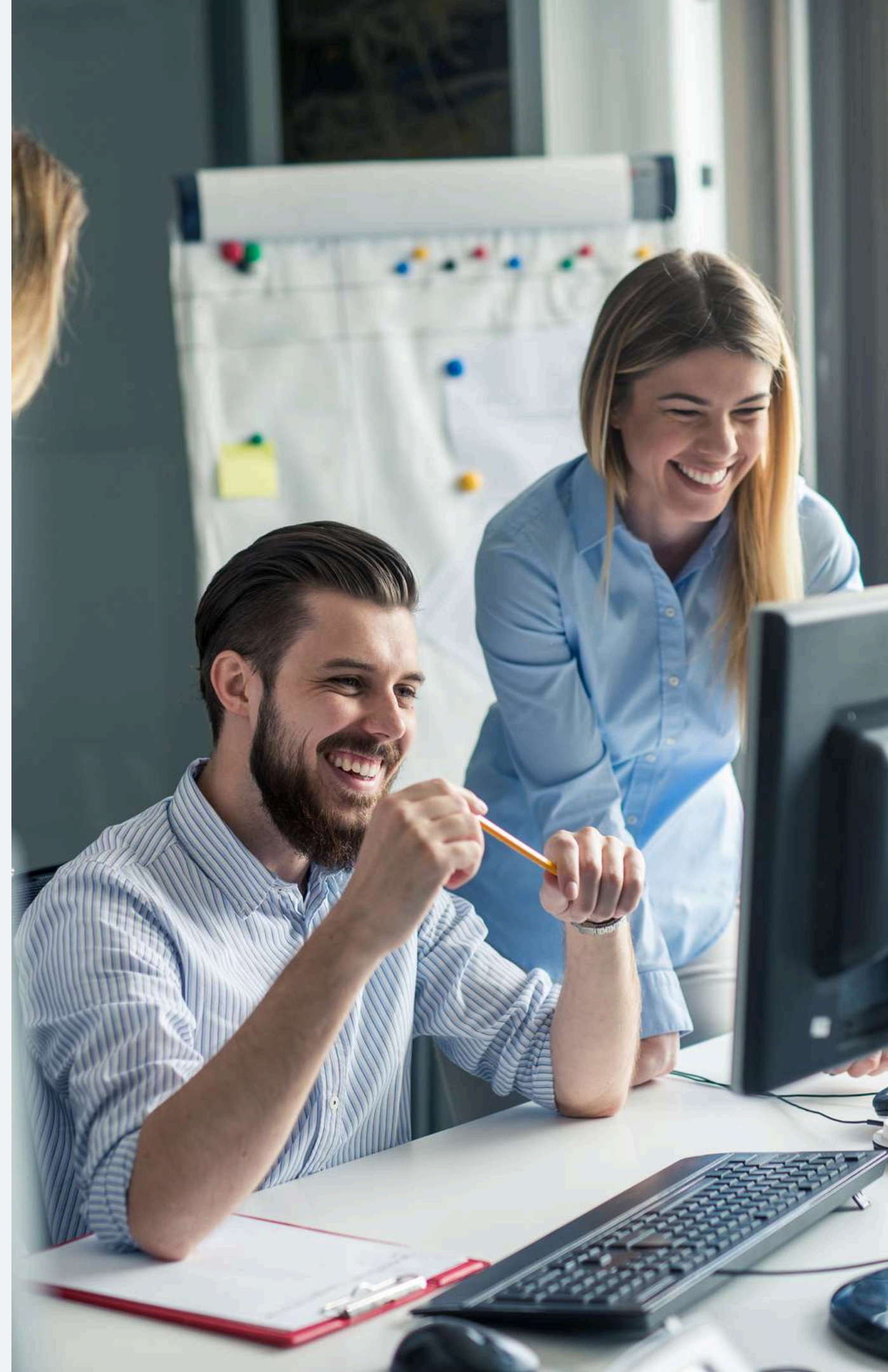
- Obiettivi: costruire narrazioni attrattive per recruiting ed engagement.
- Destinatari: HR, recruiter, manager.

## 4. Scrivere il team

Strumenti per empowerment e team building

Usare la narrazione condivisa per creare coesione, fiducia e ascolto.

- Obiettivi: rafforzare il gruppo e sviluppare creatività relazionale.
- Destinatari: team interfunzionali, population aziendale trasversale.





# SCRIVERE IN AZIENDA

## Mail e comunicazione interna

La comunicazione scritta è una delle componenti fondamentali del lavoro, eppure spesso viene utilizzata all'interno delle aziende come mero strumento di passaggio informativo.

Al contrario, acquisire la padronanza delle strutture comunicative di base, imparando ad applicarle a seconda del contesto e dell'obiettivo, permette di porre la relazione al primo posto, rendendo più efficace e collaborativo il team e l'organizzazione nel suo complesso.

L'attuale abbondanza di canali e messaggi rende indispensabile saper scrivere con chiarezza, sintesi e consapevolezza, per ridurre incomprensioni, risparmiare tempo e rafforzare la collaborazione.

Non esistono formule magiche, ma tecniche e approcci concreti che permettono di rendere la scrittura uno strumento potente, capace di semplificare il lavoro e rafforzare la fiducia reciproca.

In questo percorso, i partecipanti scopriranno come strutturare i testi, come scegliere il registro linguistico più adatto e come utilizzare le parole in modo strategico per rafforzare la propria immagine professionale.

Attraverso esercitazioni pratiche su mail e documenti reali, ciascuno avrà la possibilità di sperimentare direttamente i benefici di una scrittura più chiara ed efficace.

**DURATA:** Workshop 7 ore, eventualmente divise in due mezze giornate

Possibilità di sviluppo in house personalizzato sulle necessità comunicative dell'azienda o del singolo team

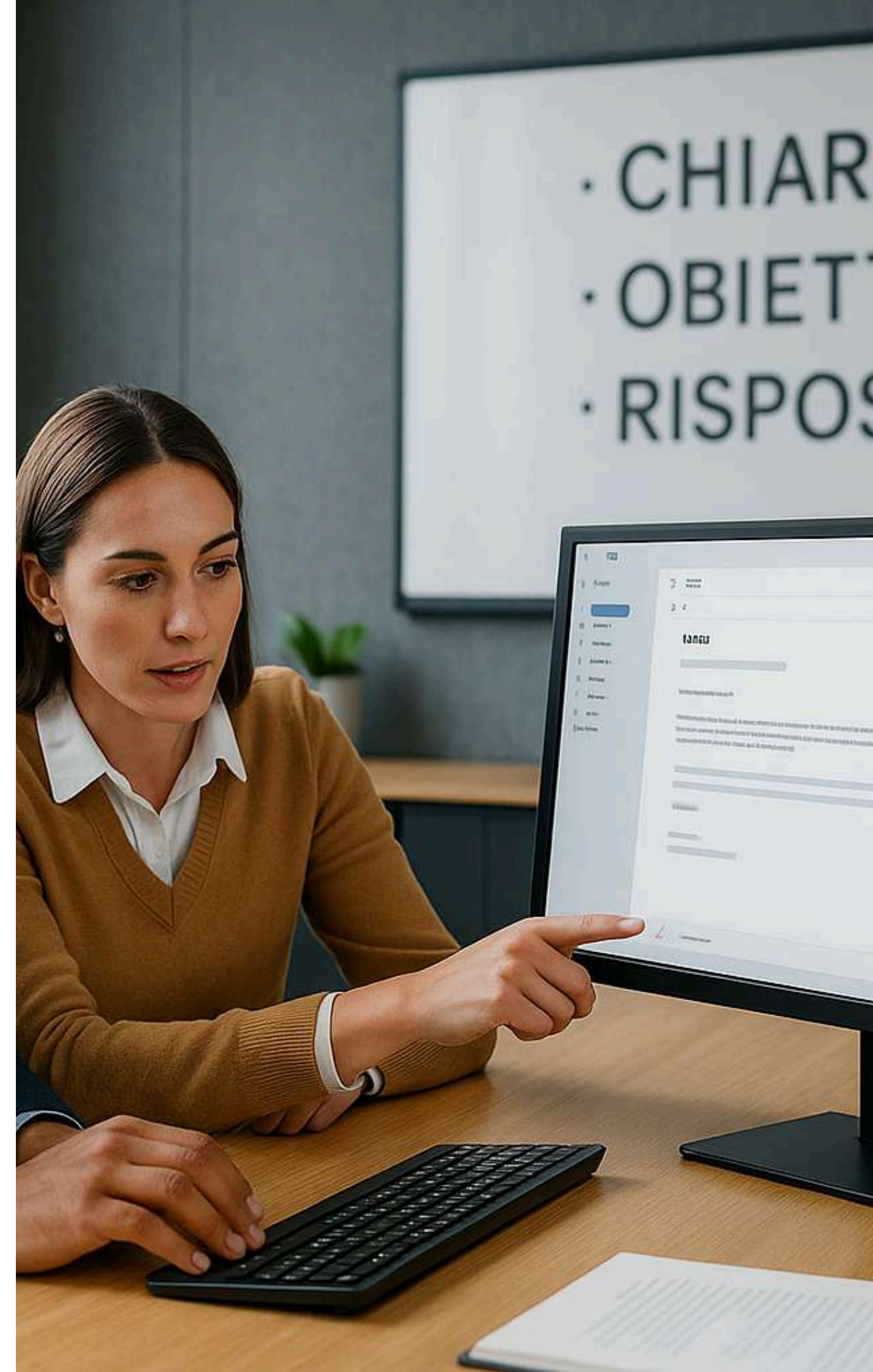
**DESTINATARI:** Tutta la popolazione aziendale

### OBIETTIVI:

- Acquisire tecniche di chiarezza, sintesi ed efficacia nella scrittura
- Saper adattare il registro comunicativo al contesto e al destinatario
- Gestire in modo consapevole mail e documenti aziendali
- Ridurre incomprensioni e migliorare la collaborazione interna ed esterna
- Rafforzare l'immagine professionale attraverso una scrittura curata e coerente

### ARGOMENTI

- La scrittura come relazione: destinatario, codice condiviso, filtri personali
- Teoria della comunicazione: Jakobson e le massime di Grice
- Retorica applicata: ethos, logos, pathos
- Struttura e leggibilità dei testi: mappe, struttura in tre atti
- Tipologie di mail: informative, richieste, solleciti, reclami e risposte
- Check list di scrittura e revisione: dalla chiarezza lessicale alla riduzione di tecnicismi
- Esercizi pratici su casi reali: scrittura, riscrittura e confronto collettivo



# SCRIVERE D'AZIENDA

## Storytelling e comunicazione esterna

Le aziende non sono solo numeri e processi: sono comunità che vivono di storie, e saperle raccontare significa dare voce all'identità organizzativa per renderla condivisibile.

Per questo lo storytelling aziendale non è un semplice strumento di marketing: è un linguaggio universale che crea appartenenza, ispira fiducia e genera coinvolgimento. Un buon racconto autentico, coerente ed emozionale è in grado di attrarre talenti, fidelizzare clienti, rafforzare la cultura interna e distinguere l'azienda sul mercato.

Spesso le imprese danno per scontato il loro passato, che al contrario è fonte di grande valore: la condivisione del perché l'azienda è nata, di quali sfide ha affrontato, di quali scelte etiche ha fatto, la trasforma da un semplice luogo di lavoro a un insieme di individui con radici e visione condivisa. Sempre più frequentemente, i giovani in particolare desiderano collaborare con aziende che incarnano uno scopo e valori comuni.

Il corso aiuta dunque le aziende a riconoscere e valorizzare i propri punti fondanti, trasformandoli in narrazioni capaci di coinvolgere pubblici diversi: dipendenti, stakeholder, clienti e candidati.

Dalla definizione del tono di voce alla costruzione di storie che emozionano e convincono, i partecipanti saranno guidati in un percorso che unisce riflessione strategica ed esercitazione pratica, per imparare a comunicare la propria identità con autenticità e forza.

### **DURATA:**

Workshop 7 ore, divise in due mezze giornate.

Possibilità di sviluppo in house personalizzato sulle necessità comunicative dell'azienda

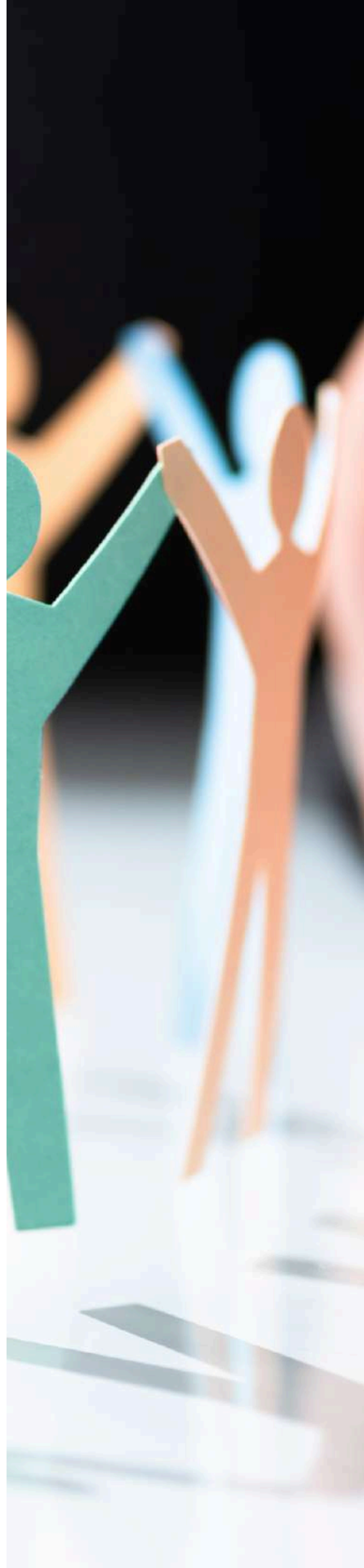
**DESTINATARI:** Funzioni HR, uffici comunicazione.

### **OBIETTIVI:**

- Comprendere l'importanza della narrazione come strumento identitario e relazionale
- Tradurre valori, missione e cultura aziendale in racconti autentici
- Saper distinguere punti di vista e scegliere il registro narrativo più efficace
- Utilizzare tecniche di storytelling per attrarre e fidelizzare clienti e talenti
- Creare engagement interno attraverso storie condivise

### **ARGOMENTI**

- Perché raccontare l'azienda: narrazione, identità e reputazione
- La cassetta degli attrezzi dello storytelling: conflitto, trasformazione, empatia, insight
- Dai valori alla cultura aziendale: come individuarli e trasformarli in storie
- Tono di voce e narrazione autentica, coerente ed emozionale
- Show don't tell: far vedere invece che spiegare
- Esercizi pratici: scrittura collettiva e confronto su storie aziendali reali





# SCRIVERE IL LAVORO

## Raccontare ruoli per creare valore

Ogni mestiere porta con sé un immaginario.

Alcuni evocano prestigio, stabilità, crescita. Altri faticano a liberarsi da etichette pesanti come monotonia o scarso riconoscimento.

In un mercato del lavoro competitivo, questo diventa un ostacolo per il recruiting: come attrarre candidati verso ruoli percepiti come poco attrattivi?

La narrazione offre una risposta. Raccontare un lavoro non significa abbellirlo, ma riscoprirne il significato, connetterlo ai bisogni reali delle persone e restituirgli valore.

La scrittura diventa uno strumento potente: obbliga a guardare il ruolo con occhi nuovi, a riconoscere bias e stereotipi interni, a immaginare candidati concreti con desideri, paure, motivazioni.

In questo modo il job title si trasforma in identità, e la professione in un racconto che attrae perché parla di vita, non solo di mansioni.

Il percorso proposto alterna momenti di scrittura individuale e collettiva a fasi di confronto e co-progettazione.

Attraverso l'uso di tecniche narrative, i partecipanti imparano a costruire nuove narrazioni interne sui ruoli, a identificare target realistici e a tradurli in strategie di employer branding autentiche.

Un metodo replicabile che rende la scrittura non un esercizio creativo, ma un vero strumento HR di innovazione e cambiamento culturale.

**DURATA:** workshop 7 ore, divise in due mezze giornate

Possibilità di sviluppo in house personalizzato sulle necessità comunicative dell'azienda o del singolo team

**DESTINATARI:** responsabili HR, recruiter, manager di area, responsabili comunicazione interna ed employer branding.

### OBIETTIVI:

- Trasformare i bias interni sui ruoli in consapevolezza narrativa
- Ripensare la descrizione delle professioni in chiave valoriale ed esperienziale
- Imparare a costruire profili-candidato come personaggi con motivazioni reali
- Generare materiali narrativi utili a campagne di recruiting ed employer branding
- Creare una nuova cultura interna del lavoro che valorizzi ogni mestiere

### ARGOMENTI

- Dal job title all'identità: il cambiamento di paradigma nella percezione del lavoro
- La scrittura come metodo di problem solving e di consapevolezza
- Tecniche di narrazione per mettere in luce significato e valore di un ruolo
- Cambio del punto di vista: come trasformare la visione aziendale in messaggio attrattivo
- Dalla narrazione alla pratica: strategie di comunicazione e employer branding basate su storie autentiche





# SCRIVERE IL TEAM

## Strumenti per empowerment e team building

Scrivere una storia è un atto individuale ma può diventare un'esperienza collettiva di grande valore.

La costruzione condivisa di un racconto permette al team di mettersi in gioco in modo nuovo: libera la creatività, allena l'ascolto reciproco, stimola la fiducia e crea connessioni inaspettate.

Attraverso la scrittura si sperimentano ruoli, punti di vista e linguaggi diversi, che una volta intrecciati danno vita a una narrazione comune.

Questo processo favorisce la coesione del gruppo, fa emergere talenti e competenze spesso nascoste e permette inoltre di esplorare dinamiche relazionali.

Si fonda infatti sulla metodologia della narrazione evolutiva, che utilizza simboli e storie provenienti da tempi e luoghi diversi per stimolare la creatività dei presenti e farli lavorare sull'emersione di equilibri interni al gruppo.

L'esperienza laboratoriale è progettata per generare un output concreto — una storia creata e firmata dal team — che diventa memoria condivisa e patrimonio simbolico.

Il percorso non solo rafforza il senso di appartenenza, ma stimola anche la capacità di risolvere problemi in modo creativo, di guardare le sfide aziendali con occhi nuovi e di trasformare le differenze in risorse.

**DURATA:** Workshop in house personalizzato sulle necessità comunicative dell'azienda e del team

**DESTINATARI:** Tutta la popolazione aziendale

### OBIETTIVI:

- Favorire la coesione e la collaborazione all'interno del team
- Stimolare la creatività come risorsa collettiva
- Allenare l'ascolto reciproco e la valorizzazione delle differenze
- Utilizzare la scrittura narrativa come strumento di problem solving e innovazione
- Creare una storia condivisa che rappresenti il percorso del team

### ARGOMENTI

- La scrittura come esperienza collettiva: dal sé al noi
- Elementi narrativi di base: personaggi, conflitto, trasformazione
- Tecniche di co-creazione narrativa: brainstorming, mappe e concatenazioni
- Narrazione evolutiva: storie di tempi e luoghi diversi
- Esercizi di scrittura creativa individuale e di gruppo
- La storia del nostro team: costruzione e restituzione finale







## **Direttrice scientifica e docente**

Docente ISPER.

Direttrice scientifica Collezioni Human-ISPER "SCRIVERE L'IMPRESA" e "RACCONTARE L'AZIENDA E LE PERSONE".

Scrittrice e formatrice, si occupa della narrazione come leva comunicativa e strumento evolutivo per le organizzazioni. Ha pubblicato per Einaudi ("Fronte di scavo", 2020, Vincitore di Scenari Transalpini 2025 per le coproduzioni cinematografiche Italia-Francia), Rizzoli e Piemme ("Non sarà sempre così", da cui è tratto il film "Familia", candidato italiano all'Oscar 2026).

Laureata in diritto internazionale, è fondatrice del progetto "Sana e robusta Costituzione" che cerca connessioni tra le norme e la narrazione, sviluppando il racconto del diritto nelle scuole. Per il gruppo Mondadori scrive libri per ragazzi su Democrazia e Legalità e su questi temi ha tenuto una giornata formativa in Corte Costituzionale nel maggio 2022, al fianco del Presidente Giuliano Amato.

Ha collaborato con la scuola di scrittura Belleville, con NABA, Università Parthenope, The European House - Ambrosetti e molti altri enti pubblici e privati, utilizzando la narrazione come strumento formativo personale e professionale. Ha creato il corso "Narrazioni del reale" per insegnare come documentarsi e scrivere di realtà. Insieme ad Alessandra De Luca, attrice e doppiatrice, ha realizzato "Ellesi - Leggi, scrivi, interpreta", un percorso formativo che aiuta i manager e i professionisti a trarre il meglio da un testo ben scritto e ben interpretato.

È coach professionista. Collabora stabilmente come docente e consulente con Formaper, ente formativo della camera di commercio di Milano, Monza, Brianza e Lodi e con Italiacamp, impact organization che coniuga profit e no profit per sviluppare progetti e valutazioni di impatto sociale.



# LE NOSTRE CERTIFICAZIONI



Dal 2014 ISPER è accreditato presso la Regione Piemonte per la Formazione continua



La prima Academy italiana HR Certificata ISO 29993 e 29994



ISPER è una delle prime aziende italiane ad aver conseguito la certificazione per la parità di genere e l'inclusione, in base alla nuova prassi di riferimento UNI/PdR 125:2022.





---

# CONTATTI



011.66.47.803



[isper@isper.org](mailto:isper@isper.org)



Corso Dante 124/A Torino



[www.isper.org](http://www.isper.org)

