

# BUSINESS LETTERS AND ITALIAN TEACHING

**SILVIA MADINCEA PAȘCU**  
TIBISCUS UNIVERSITY OF TIMIȘOARA,  
silvia\_madincea76@yahoo.com

## **Abstract:**

*Taking into consideration the numerous teaching activities that can be developed on various types of business letters, they can be considered an important mean for language acquisition. The present paper consists of a brief theoretical classification of the Italian business letters, a description of their characteristics, terminology and specific lexical, morphological and syntactic choices. Two business letters, and a lesson built around their content, with various educational activities, as well as their difficulties will also be described and presented. The lesson is built according to the parts of a lesson indicated by Diadori (2007: 306): motivation, globality, analysis, synthesis, reflection and action or reinforcement.*

**Keywords:** *business letters, language teaching, Italian*

## **1. Introduction**

In order to maintain good business relationships, business letters are supposed to follow some rules. According to Zichella (2011: 4) a business letter has to be clear, polite, and concise.

Clearness depends on the organisation of the letter into paragraphs, on punctuation, as well as on the adequate and precise language, without possible interpretations.

Politeness in business letters is shown through honesty and kindness, and it is significantly important for maintaining good relations.

Brevity is also useful in order to prevent the client from reading long letters with too much useless information. The letter has to be short, well organised into paragraphs and without any misspellings or grammar mistakes.

Among the characteristics of business letters, identified by Sobrero (2002) and Serianni (2003), Săndulescu (2007: 59) has mentioned the following: lack of ambiguity, specialised vocabulary, the use of acronyms, nominal style, and a rigid textual structure. In terms of vocabulary, the author has listed: numerous neologisms, English borrowings, Latin terms, metaphors and euphemisms, various terms taken from legal, political, and fiscal language. For the morphological and syntactic features, Săndulescu has mentioned: the nominalisation of verbal structures, the preference for nominal style, a reduced number of verbal tenses (present and past indicative), a reduced number of subordinate sentences, and the use of passives and impersonal forms.

According to Dondina Adelami e D'Angelo Bechi (1996: 38) the Italian business letters are internal or external circulars, offers of goods or services, requests, and orders.

Each business letter has to contain the following: header, date, address, distribution, references, object, greeting formula, body of the letter, closing sentence, signature, annexes, and abbreviations. (see Madincea Pascu; Vintila, 2012: 787-789)

## **2. Business letters and Italian teaching**

Each teacher has to take into consideration an important aspect, which is adequacy, for the choice of a proper business letter as a teaching resource. The term has

to do with the language adequacy to the level of the students, the contents adequacy to the age of the students, as well as to their interests. The present lesson is dedicated to students in Economic Sciences, in their second study year of English. Several aspects have been taken into consideration while building up the present lesson, aspects such as: the age of the students (20-21 years old), their professional interests (students in Economic Sciences) and the language level (Second year of study). We have chosen two business letters: a commercial offer, and a reply to a commercial request, both taken from Zichella (2011: 27-29).

The lesson is designed according to the sequences of a teaching unit, indicated by Diadori (2007: 306): motivation, globality, analysis, synthesis, reflection and action or reinforcement.

### 2.1. Motivation

In the motivation stage, students are asked about their specialisation and about the reasons for studying economics. The topic about economic sciences is thus opened. They can also be handed some letters and asked to indicate what kind of letters are they: formal, informal, commercial, etc. At this stage, students' knowledge is activated in order to understand the economic text which will be used in the class.

### 2.2. Globality

The teacher divides the class into groups and gives each group a card with a paragraph taken from the two business letters:

(1) *Apprendiamo con piacere dalla Vostra lettera del 15 ottobre scorso che Vi proponete di immettere sul mercato i nostri prodotti.*

(2) *Desideriamo portare alla Vostra attenzione che la nostra ditta è all'avanguardia nella produzione di gioielli fantasia, orologi, cinture ed altri accessori e che saremmo molto interessati ad aprire sul mercato della Vostra zona.*

Students have to indicate which paragraph shows a first contact between two companies and which is an answer to a previous letter. The purpose is to create expectations and to motivate students regarding the two texts.

The entire class receives the two business letters (see Annexes 1 and 2). Here are some of the exercises to be used for the global comprehension of the text:

a) True-false exercises:

(3) *Possiamo assicurarVi che il materiale che Vi interessa può essere consegnato entro 20 giorni dalla spedizione dell'ordine.* V / F

(4) *Ci auguriamo che troverete la nostra offerta svantaggiosa e che non tarderete a favorirci con un Vostro gradito ordine.* V / F

b) Multiple choice exercises:

(5) *Siamo lieti di informarVi che, (...), sui prezzi indicati nel listino allegato possiamo applicare un ulteriore sconto del 5% per ordini superiori ai 500 pezzi.*

i) la ditta è scontenta di informare                      iii) la ditta è contenta di informare ii)  
la ditta è spiacente di informare                      iiiii) la ditta è fortunata di informare

c) Word order exercises:

(6) applicano / magazzino / articoli / fino / un / prezzi / disponibili / validi / si / asterisco / con / al 31 marzo / prossimo, / I / in / già / asterisco / contrassegnati / sono / perchè / su.

*(I prezzi contrassegnati con un asterisco sono validi fino al 31 marzo prossimo, perchè si applicano su articoli già disponibili in magazzino.)*

d) Fill in the gaps exercises:

(7) *Sicuri di farVi cosa \_\_\_\_\_, abbiamo già \_\_\_\_\_ al Vostro indirizzo alcuni \_\_\_\_\_, unitamente al \_\_\_\_\_ generale ed al \_\_\_\_\_ prezzi. (campioni, gradita, catalogo, listino, spedito)*

### 2.3. Analysis

The third stage of the lesson takes into account grammatical aspects such as:

a) exercises that aim at the morphological and syntactic features of business letters:

□ a reduced number of verbal tenses (indicative present, past and future)

(8) *A tal fine Vi **inviamo** il nostro listino prezzi aggiornato, in sostituzione di quello n. 308, che Vi **preghiamo** di non tenere più in considerazione.*

(9) *Sicuri di farVi cosa gradita, **abbiamo già spedito** al Vostro indirizzo alcuni campioni, unitamente al catalogo generale ed al listino prezzi.*

(10) *Ci auguriamo che **troverete** la nostra offerta vantaggiosa e che non **tarderete** a favorirci con un Vostro gradito ordine.*

• a reduced number of subordinate sentences:

(11) *Possiamo assicurarVi <sup>1/</sup> che il materiale <sup>2/</sup>che Vi interessa <sup>3/</sup> può essere consegnato entro 20 giorni dal ricevimento dell'ordine.<sup>2/</sup>*

• the use of infinitives especially after modal verbs:

(12) *Possiamo **assicurarVi** che il materiale che Vi interessa può **essere consegnato** entro 20 giorni dal ricevimento dell'ordine.*

(13) *Siamo lieti **di informarVi** che, **per venire** incontro alla Vostra richiesta, sui prezzi indicati nel listino allegato possiamo **applicare** un ulteriore sconto del 5% per ordini superiori ai 500 pezzi.*

• The use of synthetic verbal forms that also include the pronoun:

(14) *possiamo **assicurarVi**; non **tarderete** a **favorirci**; siamo lieti di **informarVi**;*

b) exercises that aim at the lexical features of the business letters: □

identification of specific terms:

(15) *mercato, prodotti, listino prezzi, vendita, campioni, offerta;*

• transformation of sentences from the business letters into everyday phrases:

(16) *Desideriamo portare alla Vostra attenzione – desideriamo **informarVi**;*

(17) *venire incontro alla Vostra richiesta – **rispondere** alla Vostra richiesta;*

• definition /identification of synonyms for various terms found in the letter:

(18) *immettere – introdurre, presentare, iniziare;*

(19) *ordine – comando, richiesta, ordinazione; □ identification of the contrary to other terms:*

(20) *inviare - ricevere; aumento – diminuzione; □ identification of different abbreviations:*

(21) *Spett. – Spettabile; all. – allegato, etc.*

c) exercises for the identification of the commercial letter's type (circulars, offers, requests, and orders), according to various characteristics, and its division into parts and paragraphs:

□ header:

(22) *Piazza Cavalli, 4  
28100 NOVARA*

□ date:

(23) *25 ottobre 2012*; □ greeting formula:

(24) *Spett. CE.RO.NE.*

- body of the letter: the paragraphs;
- closing sentence:

(25) *Distinti saluti*;

- signature:

(26) *Il Responsabile dell'Ufficio Vendite*

*Dr. Carlo Merinos*; □ annexes  
and abbreviations:

(27) *all. listino prezzi.*

#### **2.4. Synthesis**

In the fourth stage of the lesson, the synthesis, students are handed two business letters. One of them is properly written, according to the structure and characteristics of a business letter, while the other one does not follow any rules or structure. Students divided into two groups have to support their points of view about the two letters, why one is better than the other one, what can be improved in one of the letters, and which are the main drawbacks of that letter. The debate makes students use their grammar, vocabulary, speaking and communicative skills as well.

#### **2.5. Reflection**

Students may reflect on the register, on the characteristics of commercial letters and are invited to write a business letter according to the steps and rules discovered in the analysis of the two initially provided texts.

#### **2.6. Action**

As the last stage of the lesson, the action refers to the free will of the students to look for other business letters, and to find additional information on the subject.

### **3. Conclusion**

The present article has intended to reveal some of the teaching activities that can be conducted on business letters, in order to improve language acquisition.

Other possible activities that have not been mentioned in the present teaching unit are: producing a glossary of terms related to the economics, reading the full text and translating it into Romanian, asking questions that refer to the overall understanding of the text, etc.

## **Annex 1**

25 aprile 20...

Spett. CE. RO.NE. Piazza  
Cavall, III4  
28100 NAVARA

Desideriamo portare alla Vostra attenzione che la nostra ditta è all'avanguardia nella produzione di gioielli fantasia, orologi, cinture ed altri accessori e che saremmo molto interessati ad aprire sul mercato della Vostra zona. I nostri prodotti sono di prima qualità e le nostre condizioni di vendita sono molto competitive.

Sicuri di farVi cosa gradita, abbiamo già spedito al Vostro indirizzo alcuni campioni, unitamente al catalogo generale ed al listino prezzi. Siamo certi che noterete come la vasta gamma dei nostri prodotti sia idonea a soddisfare le richieste di vari mercati.

Ci auguriamo che troverete la nostra offerta vantaggiosa e che non tarderete a favorirci con un Vostro gradito ordine.

Distinti saluti  
Il Responsabile dell'Ufficio Vendite  
Dr Carlo Merinos

## **Annex 2**

25 ottobre 20...

Spett. CE.RO.NE. Piazza Cavalli, 4  
28100 NOVARA

Apprendiamo con piacere dalla Vostra lettera del 15 ottobre scorso che Vi proponete di immettere sul mercato i nostri prodotti. A tal fine Vi inviamo il nostro listino prezzi aggiornato, in sostituzione di quello n. 308, che Vi preghiamo di non tenere più in considerazione.

I prezzi contrassegnati con un asterisco sono validi fino al 31 marzo prossimo, perchè si applicano su articoli già disponibili in magazzino. Prevediamo comunque un aumento del 3% sugli articoli di nuova produzione. Gli altri prezzi rimarranno invariati per tutto l'anno prossimo.

Siamo lieti di informarVi che, per venire incontro alla Vostra richiesta, sui prezzi indicati nel listino allegato possiamo applicare un ulteriore sconto del 5% per ordini superiori ai 500 pezzi, oltre allo sconto dell'8% su cui ci eravamo precedentemente accordati.

Possiamo assicurarVi che il materiale che Vi interessa può essere consegnato entro 20 giorni dal ricevimento dell'ordine.

Distinti saluti

Il Responsabile dell'Ufficio Vendite  
Dr . Carlo Merinos

all. listino prezzi

(Zichella, 2011: 27-29)

## REFERENCES

1. Astolfi, Eugenio; Bertoloni, Roberta; Gatti M., Luisa, 2003, *Economia aziendale per il biennio I*, Milano, Casa Editrice Tramontana.
2. Beccaria, Gian Luigi (a cura di), 1973, *I linguaggi settoriali in Italia*, Bompiani, Milano
3. Berruto, Gaetano, 1987, *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.
4. Boncea, Mirela; Madincea Pa cu, Silvia, 2012, "Teaching Italian as a Foreign Language: the Educational Use of Economic Texts", in *Annals. Economic Science*, XVIII, p. 661-665.
5. Cherubini, Nicoletta, 1992, *L'italiano per gli affari*, Roma, Casa Editrice Bonacci Editore.
6. Cochi Christiane, 2002, *Italiana economică și comercială*, București, Editura Niculescu.
7. Cortelazzo, Michele, 1994, *Lingue speciali. La dimensione verticale*, Unipress, Padova.
8. Dardano, Maurizio; Trifone, Pietro, 1995, *Grammatica italiana*, Zanichelli, Bologna.
9. De Mauro, Tullio, 1970, *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Bari.
10. Diadori, P.; Palermo, M.; Froncarelli, D., 2009, *Manuale di didattica dell'italiano L2*, Guerra, Perugia.
11. Dondina Adelami, Laura; D'Angelo Bechi, Anna, 1996, *Guida alla corrispondenza commerciale e non. Consigli e modelli di lettere commerciali e non, in italiano, inglese e francese*, Roma, Casa Editrice Buffetti Editore.
12. Drakouli, Athanasia; Mamidaki, Sofia, 2013, "La prima applicazione dei programmi dei canali della TV satellitare nell'ambito dell'insegnamento dell'italiano come LS presso la scuola secondaria statale greca: resoconto, considerazioni, riflessioni", in *Discorso, identità e cultura nella lingua e nella letteratura italiana* (Atti del Convegno Internazionale di studi di Craiova, 21-22 settembre 2012 – a cura di Pîrvu Elena), Editura Universitaria, Craiova, p. 178-199.
13. Kriston, Andrea, 2013, "E-Commerce Terms in Everyday Usage" in *Annals. Economic Science Series*, XIX, p. 359-364.
14. Madincea Pa cu, Silvia; Vintilă, Sorin, 2012, "Business Communication and Italian Commercial Correspondence", in *Annals. Economic Science Series*, XVIII, p. 783-787.
15. Milioni, Georgia; Drakouli Athanasia, 2014, *Lingue speciali e settoriali un italiano. "Istruzioni per l'uso"*, vol. I, (a cura di Mauro Pichiassi e Carmela Pietrosanto), Atene, Disigma Publications.
16. Petcovici, Tania; Vintila, D. Sorin, 2010, "Language Translation - A Key Ingredient in the Economy" in *Annals. Economic Science Series*, XVI, p. 101-106.
17. Petcovici, Tania; Ciortea, Raluca, 2012, "Translation and Transfer of the European Reality" in *Annals. Economic Science Series*, XVIII, p. 215-222.
18. Salvi, Giampaolo; Vanelli, Laura, 2004, *Nuova grammatica italiana*, Il Mulino, Bologna.
19. Sălișteanu Cristea, Oana, 2004, *Limba italiană. Corespondență comercială*, București, Editura Polirom.
20. Săndulescu, Mariana, 2007, *Linguaggio economico-finanziario di divulgazione scritta nell'italiano contemporaneo*, București, Editura ASE.
21. Serianni, Luca, 2003, *Italiani scritti*, Bologna, Il Mulino.
22. Sobrero, Alberto A., 1993, *Introduzione all'italiano contemporaneo*, Laterza, Roma-Bari.
23. Sosnowski, Roman, 2006, *Origini della lingua dell'economia in Italia*, Milano, Casa Editrice FrancoAngeli.
24. Zichella, P., 2011, *Corrispondenza commerciale*, Milano, Bignami Editore.