

COMUNICATO STAMPA

“I Comunicatori del Futuro”: il libro che immagina come comunicheranno le imprese da qui al 2035

Nato dalla collaborazione tra A2A e Sapienza Università di Roma, il volume curato da Alberto Mattiacci e Carlotta Ventura vuole diffondere i risultati di un innovativo progetto di ricerca e crescita manageriale condotto in oltre 12 mesi di lavoro. Applicando i Future Studies alla comunicazione d'impresa e ispirando i metodi di lavoro a quelli della Bauhaus, il volume disegna dei possibili scenari futuri all'interno dei quali sarà fondamentale sviluppare le 31 skill elementari emerse dallo studio e che compongono la “Tavola delle Competenze 2035”. Come le molecole chimiche, così i profili professionali del futuro nasceranno dalla capacità di miscelare più skill in ogni profilo, creandone di inediti, innovandone alcuni e consolidandone altri. In libreria dal 17 aprile.

Milano, 14 aprile 2026 – Che cosa significherà **comunicare da qui al 2035**? In un contesto segnato da diffusione dell'intelligenza artificiale, sovrabbondanza informativa, competizione per l'attenzione e pubblici sempre più **frammentati**, la comunicazione d'impresa non può più limitarsi a inseguire strumenti e piattaforme. Deve **imparare a leggere il futuro**, a interpretare i segnali del cambiamento e a costruire senso. Da qui nasce l'esigenza di interrogarsi non solo su come evolveranno i canali, ma anche su quali **profili professionali**, competenze, attitudini e strumenti serviranno alle imprese per restare rilevanti. A queste domande prova a rispondere **“I comunicatori del futuro – Business, Human, Tech: la tavola delle competenze 2035”**, volume curato da **Alberto Mattiacci** – professore ordinario di Economia e gestione delle imprese alla Sapienza Università di Roma e Senior Fellow in Luiss Business School – e **Carlotta Ventura** – Chief Communication, Regional Affairs & Sustainability Officer di A2A e Chairwoman di Amsa S.p.A. – edito da **Egea**, casa editrice dell'Università Bocconi, e dal **17 aprile** in libreria.

Il progetto prende forma da una collaborazione tra **A2A** e **Sapienza Università di Roma** e affronta la comunicazione come una leva strategica del management contemporaneo, applicando i metodi dei **Future Studies** al settore della comunicazione aziendale. Non per prevedere rigidamente il futuro, ma per esplorarne scenari possibili, individuare forze di cambiamento e offrire una mappa utile a navigare l'incertezza. Il lavoro si fonda su un **approccio interdisciplinare e intergenerazionale** ispirato alla **Bauhaus**, che ha coinvolto docenti, ricercatori, manager e professionisti under 30 provenienti da funzioni diverse del Gruppo A2A.

Il punto di partenza è semplice: chi comunica dovrà farlo in un **mondo più difficile da decifrare**. Per questo riuscire a porre domande rilevanti diventa una competenza strategica primaria. La crescita delle organizzazioni dipende sempre più dalla capacità di interrogare il presente con continuità, chiedendosi cosa sta cambiando, perché sta accadendo e con quali implicazioni per i diversi stakeholder. Queste domande aprono uno spazio di confronto in cui la strategia diventa un processo di sensemaking collettivo. In un contesto in cui cresce il dialogo con le macchine, l'attenzione diventa la vera moneta del mercato, le audience si frammentano, le identità generazionali cambiano e i messaggi vengono continuamente filtrati, rilanciati, reinterpretati. Per questo i **comunicatori del prossimo decennio** non potranno essere solo produttori di contenuti: dovranno essere **figure sempre più ibride**, capaci di muoversi tra strategia, tecnologia, relazioni umane e cultura. Le competenze più ricercate non saranno più legate a una iper-specializzazione, ma alla **resilienza operativa**, cioè a quella capacità di reinventarsi costantemente.

Al centro del volume si pone uno strumento operativo originale: la **Tavola delle Competenze dei Comunicatori 2035**. Costruita sul modello della tavola periodica di Mendeleev, identifica **31 competenze-atomo** organizzate in tre domini – **Business, Human, Tech** – che possono combinarsi in modi diversi per dare forma ai profili professionali del futuro. Da questa architettura prendono forma **profili differenti**, che restituiscono la natura sempre più ibrida dei comunicatori del futuro. Tra questi:

- Il **Digital Humanist** unisce sensibilità culturale e competenze tecnologiche e interpreta il cambiamento senza separare umanesimo e innovazione.
- Lo **Strategic Orchestrator** governa la complessità, tiene insieme visione, processi e stakeholder diversi e trasforma la comunicazione in una leva di coordinamento e indirizzo.
- L'**Innovatore AI-Powered** lavora invece sul confine tra creatività, dati e automazione, integrando l'intelligenza artificiale nei processi comunicativi senza rinunciare al giudizio umano.
- L'**Architetto di Cultura**, infine, presidia la dimensione simbolica e valoriale delle organizzazioni, contribuendo a dare forma a identità, reputazione e senso di appartenenza.

Figure diverse, dunque, ma tutte riconducibili a una stessa meta-identità: quella dell'**"Architetto di Senso"**, chiamata a costruire coerenza, orientamento e **significato condiviso** in un ambiente segnato da rumore informativo, polarizzazione e incertezza.

*"Questo libro nasce da una sfida lanciata da Renato Mazzoncini, A.D. di A2A, durante la presentazione del nostro piano industriale", spiega **Carlotta Ventura**, Chief Communication, Regional Affairs & Sustainability Officer del Gruppo. "L'idea di fondo è semplice quanto ambiziosa: se possiamo pianificare il business a dieci anni, perché non fare lo stesso con la nostra comunicazione? Abbiamo quindi affidato la regia del progetto ad un gruppo di nostri colleghi under 30 provenienti da diverse funzioni, cioè a chi vivrà in prima persona le trasformazioni dei prossimi 10 anni. Il risultato è un'esperienza di ownership condivisa che supera la logica gerarchica tra 'chi pensa' e 'chi esegue', a favore di un unico processo decisionale".*

*"La vita delle organizzazioni è "naturalmente e necessariamente" orientata al futuro. Tale orientamento passa attraverso due precise consapevolezze: una è che il futuro è anche un atto di volontà, non un qualcosa che cade addosso; l'altra, che il futuro non si prevede ma al più se ne possono immaginare possibili forme. Il futuro della comunicazione non fa eccezione alla regola generale: si costruisce, giorno dopo giorno, scelta dopo scelta, competenza dopo competenza, integrando sperimentazioni e pratiche consolidate", scrive **Alberto Mattiacci** "La Tavola delle Competenze dei Comunicatori 2035 ha l'ambizioso intento di offrire al top management un robusto schema di riferimento concettuale, strumentale a preparare quelle organizzazioni complesse che sono le imprese a un domani che certamente sarà diverso dall'oggi in modi e forme che siamo già in grado di immaginare."*

GLI AUTORI

Alberto Mattiacci, PhD, professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese alla Sapienza Università di Roma e Senior Fellow in Luiss Business School, dove dirige l'Executive Master in Digital Marketing, affianca all'attività accademica quella di ricercatore sociale (presiede il Comitato Scientifico di Eurispes), business speaker, formatore executive, consulente strategico (board member, Mattiacci&Partners Srl) e istituzionale (presso la DG Agri della Commissione UE e il MEF). È stato Presidente della Società Italiana Marketing (SIM) e tra i fondatori della Società Italiana Management (SIMA). Giornalista pubblicitaria, cura la rubrica «Marketing» per Harvard Business Review Italia.

Carlotta Ventura, Chief Communication, Regional Affairs & Sustainability Officer di A2A e Chairwoman di Amsa S.p.A. Con un consolidato background nei settori automotive, telecomunicazioni, digitale, mobilità, energia, advisory, insegna presso LUISS Business School e Pontificia Università Gregoriana e segue attivamente temi legati a sostenibilità, innovazione, responsabilità sociale. È consigliere di amministrazione di UPA Auditel e Audicom; business angel, siede nel board di UNGC (United Nations Global Compact) Italia.

DATI TECNICI:

"I comunicatori del futuro – Business, Human, Tech: la tavola delle competenze 2035" di Alberto Mattiacci e Carlotta Ventura

Egea, 2026 – pp. 192 – € 24,00 – Nelle librerie italiane dal 17 aprile

Seguici su [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Twitter](#) e [Instagram](#) o sul portale <http://www.egeaeditore.it/ita/>

Contatti:

Giuseppe Mariano

Head of Media Relations, Social Networking and Web

Silvia Merlo - Marta Leggio

Ufficio stampa

ufficiostampa@a2a.it

Tel. [+39] 0277204583