

1000

Future[®]

Parola all'esperienza

Marcella Logli

Guidare la comunicazione nell'ateneo dell'innovazione

Professionalisti illuminati si raccontano in 1.000 parole

1000 FUTURE: 23 dicembre 2025

Marcella Logli, Head of Communication & Public Engagement at Politecnico di Milano

Marcella, qual è stato il tuo percorso professionale?

Il mio percorso nasce da una convinzione molto semplice: la tecnologia è una leva formidabile per trasformare la società.

Per questo, subito dopo la laurea in **Scienze dell'Informazione**, ho iniziato la mia carriera in **Apple**, in California. Lì ho imparato il valore della creatività applicata al business e alla progettazione digitale, lavorando nel Media Lab ai primi **Macintosh** multimediali, ai CD-ROM e ai prototipi di interfacce che anticipavano ciò che sarebbe diventato il futuro dell'esperienza utente.

Il mio ingresso in Apple è stato anche il naturale proseguimento di un progetto di ricerca universitaria, *IperMilano*, una mappa interattiva della città, consultabile su computer, che permetteva di esplorare quartieri, monumenti e servizi. Un'idea che oggi potremmo definire "**l'antenata di Google Maps**" — come l'ha raccontata anche un articolo del *Corriere della Sera* del 2022 — ma che allora rappresentava un nuovo modo di pensare la tecnologia come strumento di conoscenza e partecipazione civica.

Dal 1994 ricomincio a vivere stabilmente in Italia, portando quella visione nel nostro Paese, ed entrando in **Olivetti**. In quel contesto ho lanciato **Italia Online**, la prima start-up italiana dedicata a Internet, un brand che esiste ancora oggi e che ha rappresentato un passaggio fondamentale per l'ingresso del Paese nell'ecosistema della rete. È stato un periodo pionieristico: in Italia nessuno parlava ancora di Internet, ma sapevo che sarebbe stato il cuore di ogni trasformazione successiva.

Poco dopo, nel 1996, sono entrata in **Telecom Italia** per guidare una delle iniziative che hanno segnato la storia dell'innovazione nel nostro Paese: il lancio di **Tin.it**, il primo Internet Service Provider italiano rivolto al grande pubblico. Lì ho consolidato un percorso che nei vent'anni successivi mi ha portata a ricoprire ruoli di crescente responsabilità, sia sul fronte del business — mercati consumer e grandi clienti — sia sul fronte più istituzionale, fino ai ruoli di **Direttore Corporate e Shared Value** e **Direttore Generale di Fondazione TIM**. Quella fase è stata importante perché mi ha permesso di comprendere come la tecnologia, per generare vero impatto, debba essere accompagnata da visione, etica e capacità di trasformare modelli organizzativi complessi.

Nel 2018 sono entrata nel **Gruppo San Donato** come **Chief Digital Officer**, in uno dei settori più strategici per il sistema Paese. Lì ho applicato il design thinking alla sanità, progettando una roadmap triennale di dodici servizi digitali e guidando il lancio della prima app del Gruppo. È stata la conferma che l'innovazione, quando è ben progettata, migliora davvero il modo in cui le persone vivono e accedono ai servizi fondamentali.

Infine, nel 2023 è iniziata la mia esperienza al **Politecnico di Milano** come **Direttrice della Comunicazione**. Anche qui porto un approccio fortemente orientato alla costruzione di valore ed al fare impresa: rafforzare la leadership di un Ateneo che è primo in Italia e tra i primi cento al mondo richiede strategie di branding, narrazioni forti e una presenza coerente su tutti i touchpoint — perché oggi anche l'education è un mercato competitivo, attraversato da player globali, accademie online e modelli formativi in rapido mutamento.

Di cosa ti occupi attualmente?

Al **Politecnico di Milano** mi occupo di guidare una comunicazione che valorizzi la forza dell'Ateneo nel panorama internazionale. La mia priorità oltre al "public engagement" in senso tradizionale, è un approccio strategico orientato al posizionamento: far percepire, in modo chiaro e distintivo, la leadership scientifica e formativa del Politecnico.

Questo significa lavorare su un nuovo progetto di **brand identity**, coordinare tutti gli asset di comunicazione, ridefinire narrative, linguaggi e **touchpoint** affinché l'Ateneo sia riconosciuto come una realtà capace non soltanto di produrre eccellenza scientifica, ma anche di trasferirla al sistema economico e sociale. In questi tre anni abbiamo ampliato la presenza del Politecnico a livello nazionale e internazionale, ottenendo maggiore visibilità, nuovi riconoscimenti e una reputazione coerente con il valore dell'istituzione.

Comunicare oggi significa anche presidiare il terreno dei valori: equità, trasparenza, inclusione, accesso alla conoscenza. Sono elementi imprescindibili per costruire una reputazione solida e una relazione autentica con i diversi pubblici. In questo senso, il Politecnico ha un ruolo etico oltre che accademico: contribuire alla crescita del Paese formando cittadini consapevoli e professionisti capaci di innovare con responsabilità.

L'**education** oggi è un mercato in continua evoluzione: accademie digitali, modelli ibridi, competizione globale tra università. Comunicare significa misurarsi con questo scenario, comprenderne le dinamiche, anticipare i trend. Il mio lavoro si concentra quindi su strategie che uniscono marketing, comunicazione e innovazione tecnologica, valorizzando la qualità della ricerca e della formazione del Politecnico e rafforzando il ruolo dell'Ateneo come attore chiave nello sviluppo del Paese.

Guardando al prossimo triennio, l'obiettivo sarà consolidare i risultati raggiunti e compiere un ulteriore salto di scala. La comunicazione dovrà giocare un ruolo chiave nell'attrarre studenti internazionali di talento, anche come risposta strutturale all'inverno demografico che interessa il nostro Paese, posizionando il Politecnico come una piattaforma globale di formazione, ricerca e opportunità.

Ma attrarre non basta: sarà altrettanto strategico raccontare e rafforzare l'ecosistema che consente a questi talenti di restare, crescere e generare valore in Italia. Il legame con le imprese, il trasferimento tecnologico e la filiera delle start-up diventano così parte integrante della narrazione dell'Ateneo, non come elementi separati, ma come un sistema che trasforma conoscenza in impatto economico e sociale.

Come vedi il futuro della tua carriera e quali contributi ti piacerebbe portare al sistema Paese?

Guardando al futuro, mi interessa lavorare nei settori che considero strategici per il sistema Paese: education, sanità, cultura e turismo. Sono ambiti nei quali ho maturato esperienza e che ritengo fondamentali per la crescita economica, culturale e sociale dell'Italia.

Vorrei contribuire a un'idea di innovazione che non sia esercizio retorico, ma traduzione concreta in servizi, processi e modelli capaci di migliorare la vita delle persone. Questo significa aiutare i giovani a diventare imprenditori di se stessi, creare ecosistemi che favoriscano la nascita di start-up, rafforzare il collegamento tra ricerca, impresa e territorio. Come ha affermato **Mario Draghi** all'inaugurazione dell'anno accademico del Politecnico di Milano, "Se non colmiamo questo

divario e non adotteremo queste [nuove] tecnologie su larga scala, l'Europa rischia un futuro di stagnazione, con tutte le sue conseguenze". A cui mi permetto di aggiungere che un paese che non innova implode, perde competitività e smette di immaginare il proprio futuro.

In tutti i ruoli che ho ricoperto, dalla tecnologia alla sanità, fino all'educazione, ho sempre mantenuto un riferimento centrale: la responsabilità etica dell'innovazione. La tecnologia non è mai neutrale; deve essere orientata al bene comune, capace di creare opportunità, ridurre le disuguaglianze, ampliare l'accesso alla conoscenza. Questa visione valoriale ha guidato ogni fase del mio percorso, perché credo che il progresso abbia senso solo quando genera impatto reale sulle persone e sulla società.

Mi piacerebbe portare un contributo anche a un livello più ampio, aiutando le istituzioni a sviluppare una visione pragmatica dell'innovazione: utilizzarla per rafforzare i servizi fondamentali, modernizzare la cultura organizzativa, valorizzare la bellezza e il patrimonio turistico del nostro Paese come asset strategico.

In sintesi, ciò che mi interessa è **costruire ponti tra tecnologia, progresso e impatto sociale, mettendo sempre al centro le persone e il valore che possono generare**.



<http://www.polimi.it/>