

MARCELLA LOGLI

Twitter: @marcellalogli

Luogo e data di nascita: Milano, 14 Ottobre 1964



Executive

Summary

Tra le prime donne laureate in Scienze dell'Informazione alla Statale di Milano e da sempre attratta dall'innovazione tecnologica, inizio il mio percorso lavorativo nel primo multimedia team in Apple Computer SpA, e nel corso del tempo ricopro diversi ruoli nel **marketing**, nella **comunicazione**, nel **new business** e nello sviluppo di nuovi servizi, specializzandomi quindi in **digital media**, **tecnologie Internet e ICT** soprattutto in alcuni campi, come quello **dell'e-Health**. Successivamente approdo in Olivetti Telemedia, dove lancio il primo ISP in Italia "Italia Online" operando nel team di Elserino Mario Piol, il padre dello sviluppo di Internet in Italia, e rispondendo direttamente all'AD.

Il mio percorso prosegue nel Gruppo Telecom Italia dove, determinata a dare un contributo che anticipasse le tendenze e i trend futuri nel nostro Paese, ho lanciato "TIN.it", ISP leader nazionale, e il primo portale Virgilio, ingaggiando team multifunzionali ad hoc per consolidare la leadership di mercato consumer e business e per sviluppare **servizi ICT nel mercato sanitario e-health**. In questo settore mi sono occupata del **lancio** della prima società di **Telemedicina** di Telecom (Telbios) e di **MyDoctor@Home**, servizio che presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria, mediante una piattaforma tecnologica e un software configurati sui device di paziente e struttura sanitaria. Servizio che si è aggiudicato nel 2010 il **primo posto per l'Innovazione nell'ICMT** nell'ambito del Premio Imprese per Innovazione di Confindustria per la rilevanza sociale dell'applicazione e per l'ampiezza dell'integrazione realizzata sia nella convergenza tecnologica sia a livello di servizio, oltre che per il valore dei parametri di analisi riguardanti novità, fruibilità, creazione di valore e contributo alla competitività del sistema paese.

Nel 2014 vengo nominata Direttore Generale di Fondazione TIM e, in sintonia con la mission della Fondazione, guido la realizzazione di **progetti in ambito sanitario e farmaceutico**, sviluppando piattaforme digitali per la diagnosi precoce della Dislessia e per la distribuzione di farmaci residuali attraverso la rete delle farmacie (Progetto Banco Farmaceutico), così come campagne di sensibilizzazione sul tema e progetti a favore dei bambini autistici.

Facendo leva sull'esperienza sviluppata nel campo dell'e-Health, nel 2018 entro nel più grande Gruppo ospedaliero privato italiano e tra i primi in Europa, il **Gruppo San Donato** - in qualità di **Chief Digital Officer** a diretto riporto del Presidente - in cui ho avuto la responsabilità della definizione e dell'esecuzione del piano di trasformazione digitale del Gruppo.

Con le metodiche del digital thinking, ho sviluppato un approccio People centered con una visione olistica che segue la persona dalla nascita alla vecchiaia, con la consapevolezza che i servizi digitali possano essere il vero collante per rappresentare e veicolare l'ampio portafoglio di offerta del Gruppo. L'impatto di questa strategia è stata una road map a tre anni di 12 servizi verticali (es. telemedicina, teleconsulto, cartella personale, pronto soccorso, ecc); il rebranding del Gruppo, che ha previsto anche l'allineamento di tutti i 21 ospedali alla nuova identità visiva; la realizzazione del sito del Gruppo, composto dai singoli ospedali, con una coerenza oltre che nell'immagine, anche nei servizi offerti (es. servizi di prenotazione); l'impostazione di una strategia social che in un anno ha portato GSD a raggiungere la leadership del settore sui social network, con una community di oltre **1,3 milioni** di persone in target. La strategia ha contemplato anche la revisione di processi interni, finalizzata alla diffusione della cultura dell'innovazione, abilitata dalla formazione di gruppi di lavoro multifunzione in logica design thinking.

Sintetizzando, ovunque abbia operato ho potuto dimostrare di apportare **idee innovative** e **realizzare concretamente i progetti**, ho partecipato attivamente alla **trasformazione digitale**, applicandola sia al business che a progetti di impatto sociale. So attivare le competenze adeguate nei miei team, cercando sinergie ed alleanze con le altre funzioni aziendali. Ho una **leadership innovativa** caratterizzata da **apertura al cambiamento**, **visione strategica**, **digital mindset**, **simultaneità**, **semplificazione ed integrazione**. Quello che ho fatto mio in questi anni di lavoro e che continuo a trasmettere ai miei collaboratori è che un posto di lavoro si crea, non si occupa, e che la fortuna non esiste ma, come diceva Seneca, esiste solo il punto d'incontro tra opportunità e talento.

Soft Skills

- > Orientamento all'innovazione e al cambiamento.
- > Visione strategica.
- > Abilità relazionali nei confronti degli stakeholders interni ed esterni.
- > Forte capacità comunicativa.
- > Leadership agile e innovativa

Marcella Logli

----- Employment History -----

Consigliere

05/2020	Consigliere Fondazione Emilio Carlo Mangini
01/2018	Membro associato di NedCommunity
05/2018	Membro del CDA di Isagro Spa
06/2016	Membro del consiglio Direttivo di Valore D
03/2011	Membro del Comitato di Comunicazione di Valore D
07/2015 – 12/2016	Membro del Consiglio Direttivo di Anima
02/2014 – 03/2015	Consigliere nazionale WWF Italia
06/2013 – 08/2014	Membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione Archivio Storico Olivetti

UMBERTO CESARI

01/2020 - attuale Strategy and Marketing Advisor

Responsabile della definizione di un piano strategico per il riposizionamento sul mercato nazionale e internazionale del brand Umberto Cesari. Il piano prevede rebranding, piano di marketing e piano di comunicazione sia tradizionale che digitale con obiettivi ambiziosi in termini sia di reputation che di nuovo fatturato.

GRUPPO SAN DONATO

07/2018 - 12/2019 Chief Digital Officer

Responsabile di definire ed eseguire i piani di trasformazione digitale del Gruppo San Donato, il più grande gruppo ospedaliero privato italiano. Il mio ruolo è di rafforzare la strategia dell'ecosistema digitale del Gruppo mediante le metodiche di Digital Thinking, con particolare attenzione a creare una esperienza che metta al centro l'utente. Grazie alla mia esperienza nel campo dell'innovazione tecnologica tendo ad attivare cambiamenti in base alle visioni strategiche con simultaneità, semplificazione e integrazione.

Achievements:

- ✓ Rebranding di tutto il Gruppo
- ✓ Realizzazione del nuovo sito web GSD con allineamento di tutti gli ospedali
- ✓ Digital strategy con raggiungimento della leadership nel settore sui socialnetwork (1,3 milioni di follower in target)
- ✓ Prima app innovativa nella Sanità, realizzata in casa GSD, raggiungendo oltre **50.000 download** in tre mesi.
- ✓ Diffusione della cultura dell'innovazione in azienda e revisione dei processi interni

TIM - TELECOM ITALIA S.P.A.

01/2014 - 12/2017 Direttore Corporate Shared Value

Direttore Corporate Shared Value di TIM, a riporto diretto del Presidente, con l'obiettivo di assicurare la definizione delle strategie e delle politiche di Corporate Shared Value, finalizzandole alla generazione di valore economico per il Gruppo e di valore sociale per la comunità; garantire la redazione del bilancio di sostenibilità, dei relativi indici e i rapporti con le agenzie di rating specializzate; assicurare, in raccordo con le Funzioni aziendali coinvolte, le iniziative volte alla creazione di valore sociale in materia di tutela dell'ambiente, cultura digitale, digitalizzazione e sviluppo sociale. In precedenza la Direzione era nominata Corporate Social Responsibility e assicurava anche la realizzazione degli eventi istituzionali, la gestione e lo sviluppo del sito istituzionale di Telecom Italia.

Achievements:

- ✓ Creazione del modello di misurazione del valore condiviso (TIM Corporate Shared Value Model) validato da PwC, che attesta che l'Economic Shared Value generato nel 2016 è stato pari a 14,012 milioni di euro.
- ✓ Premio Lundquist *CSR Online Awards* per la migliore comunicazione on line della sostenibilità nelle edizioni 2014 e 2016-2017.
- ✓ Ideazione e lancio della prima piattaforma di crowdfunding di TIM WithYouWeDo (2015) finalizzata a promuovere e sostenere progetti che prevedano tecnologie digitali attivando l'incontro tra domanda e offerta di fondi da parte sia dei singoli cittadini sia di imprese o istituzioni del mondo profit e no-profit (600.000€ raccolti in un anno).

Marcello Lepi

- ✓ Realizzazione progetti in ambito digital culture nelle aree:
 - Cultura (progetto EducaTi, Programma per il Futuro, A scuola di digitale con TIM);
 - Tutela Ambientale (progetto IoRiciclo).
- ✓ Start!: programma TV di factual entertainment con puntate tematiche su cultura, scienza, smart city, scuola e ambiente.

01/2014 – 12/2017 Direttore Generale di Fondazione TIM

Direttore Generale di Fondazione TIM con la missione di *“Promuovere la cultura del cambiamento e dell'innovazione digitale, favorendo l'integrazione, la comunicazione e la crescita economica e sociale”* attraverso la realizzazione di progetti innovativi volti alla promozione e alla diffusione di tematiche scientifiche e tecnologiche e nello sviluppo di modelli, strumenti tecnologici e sistemi a sostegno delle imprese sociali.

Achievements:

- ✓ Lancio e sviluppo della piattaforma didattica di Fondazione TIM Curriculum Mapping (2016), un ambiente web per la pianificazione della didattica per competenze, collaborativa, condivisa e trasparente, avviata nelle scuole italiane ed europee.
- ✓ Dislessia 2.0 soluzione digitale: tre iniziative integrate; due screening per ridurre il rimando a diagnosi, più una piattaforma di e-learning per certificare le scuole “amiche”.
- ✓ Lezioni sul Progresso 1: lezioni a teatro e sul web in streaming condotte da uno scienziato insieme ad un personaggio pop per avvicinare i giovani alla scienza e alla tecnologia.
- ✓ Lezioni sul Progresso 2: prosieguo del primo progetto con un cambio di palcoscenico; dal teatro alla TV e al Web.
- ✓ Realizzazione del progetto Doline con la Fondazione Banco Farmaceutico.

12/2012 – 01/2014 - Direttore Corporate Identity & Public Relation e Segretario Generale di Fondazione TIM

Sviluppo, a livello di Gruppo, della corporate e digital identity, della definizione delle politiche di brand management, della progettazione e la realizzazione delle campagne pubblicitarie istituzionali e cura delle iniziative, degli eventi e dei progetti a sostegno della corporate e digital identity del Gruppo e della strategia di Corporate Social Responsibility (*a diretto riporto del Presidente*).

Achievements:

Lancio di una serie di iniziative culturali di Telecom Italia, tra cui:

- ✓ "MaxxinWeb", rassegna sull'arte contemporanea in collaborazione con il Museo MAXXI di Roma;
- ✓ "We have a dream", progetto di social writing in collaborazione con Scuola Holden;
- ✓ "PappanoinWeb", progetto online per la diffusione della cultura musicale, realizzato in collaborazione con Accademia di Santa Cecilia e insignito da Federculture del Premio Cultura + Impresa.

10/2009-12/2012 - Responsabile Communication (Direzione Top Clients & Public Sector)

Responsabile del processo ideativo e realizzativo delle campagne pubblicitarie rivolte alla clientela Top Clients and Public Sector nonché la gestione degli eventi per l'ambito di competenza e della comunicazione online (Digital Strategy: Internet/Intranet – Social Network – Community Cloud People).

Achievements:

- ✓ Lancio del posizionamento e della relativa strategia di Comunicazione de La Nuvola Italiana, il Cloud Computing di Telecom Italia (settembre 2010).

01/2009-09/2009 - Responsabile Business Advertising (Direzione Relazioni Esterne)

Responsabile della creazione di sistemi e piattaforme di comunicazione a 360° per la direzione Business e Top Client (ATL, BTL, eventi, web).

Achievements:

- ✓ Lancio del sistema di comunicazione Impresa Semplice, on air da gennaio 2009, creato per la Direzione Top.

03/2008-12/2008 - Responsabile Canale Olivetti (Direzione Top Client & ICT Services)

Responsabile dello start up del progetto Olivetti.

Monella Lepi

Achievements:

- ✓ Gestione canale VAR ICT e inserimento concessionari Olivetti su offerta ICT di Telecom (formazione canale, segmentazione, incentivazione).
- ✓ Impostazione campagna di rilancio OLIVETTI e suo inserimento in progetto Impresa Semplice.
- ✓ Adattamento e razionalizzazione offerta ICT Telecom per il mondo Olivetti.

06/2005-02/2008 - Responsabile Mktg e-Health and Personal Services (Top Client & ICT Services)

Responsabile dell'area marketing dedicata allo sviluppo di servizi ICT per la Sanità e i Servizi alla persona.

Achievements:

- ✓ Posizionamento attraverso azioni di comunicazione (business e consumer) e lobbying con le Istituzioni.
- ✓ Creazione di un portafoglio di soluzioni ICT a tutti i livelli della filiera sanità per implementare un progetto paese a medio lungo termine che impatti Regioni, ASL/ospedali e Territorio.
- ✓ Creazione piattaforme e soluzioni per rispondere al bisogno di sanità, prevenzione e wellness nel mercato consumer, attraverso sistemi di telemonitoraggio/telemedicina/teleassistenza, sviluppando progetti innovativi in ambito sport e alimentazione per sviluppare la cultura della prevenzione supportata da tecnologie innovative (sensori, centri servizi, sistemi di telemonitoraggio insite sulla GDO). *(Il servizio di teleassistenza domiciliare "mydoctor@home", ha ricevuto una serie di riconoscimenti, tra cui il Premio dei Premi Icmi 2010 nella categoria Tlc-driven).*

09/2000-06/2005 - Responsabile Business Unit Servizi di Directory

Responsabile (profit&loss) della buz. Unit e dei relativi call center dislocato su tutto il territorio italiano (ca 2000 risorse), a riporto del Dir. Operation, secondo livello di struttura.

Achievements:

- ✓ Riduzione costi attraverso azioni basate sull'efficientamento dei call center aumentandone produttività e migliorandone la motivazione attraverso azioni come l'implementazione del telelavoro su 600 risorse e il progetto San Vittore. Raggiunta la quota massima di gradimento clima interno.
- ✓ Creazione di nuove stream di revenues attraverso nuovi servizi come piattaforme multimediali interattive per Portali Vocali (telephone, SMS, WEB e servizi a valore aggiunto VAS veicolati dagli operatori *(nasce qui il primo servizio 412, padre di tutti gli altri numeri sviluppati sul mercato liberalizzato come l'892424, il 1240, etc...)*).
- ✓ Implementazione di servizi innovativi come Info412, primo portale di directory assistance in Italia, e Loquendo, software di voice recognition (2001).

10/1996-08/2000 - Direttore Marketing Telecom Italia Net (Tin.it) – Telecom Italia ISP

Responsabile dello start up del nuovo ISP Italiano interno a Telecom Italia, che acquisisce allo scopo la società Video Online (Nicola Grauso), a riporto del Dir. Gen. Di Tin.it (ca 50 risorse).

Achievements:

- ✓ Lancio e sviluppo del servizio Tin.it (1996), all'interno del quale sono nati alcuni fra i maggiori portali italiani, tra cui Virgilio (1996).
- ✓ Internet diventa un servizio di largo consumo, Tin.it è il brand più conosciuto in Italia con una MS del 70%; vengono raggiunti nel solo primo anno di attività i 3 mln di abbonati.

ITALIA ONLINE S.P.A. (OLIVETTI TELEMEDIA)

09/1995-09/1996 - Direttore Commerciale (vendite e marketing)

Attratta dal mondo Internet, sconosciuto in Italia ma conosciuto tramite Apple negli US, approda all'Interno di Olivetti Telemedia (AD Elserino Piol) nella primissima start up italiana dedicata ad Internet. Risponde all'AD di Italia Online Spa. Responsabile marketing e vendite (*gestione di 10 risorse*), creazione di servizi internet per il mercato Consumer (product design, pricing, distribution channel and sales politic, marketing support, advertising campaign) e per il segmento Business; creazione di servizi di Commercio Elettronico e gestione Comunicazione ed Eventi.

Achievements:

- ✓ Lancio di IOL (Italia OnLine), primo ISP in Italia.

Martina Lofri

APPLE COMPUTER S.P.A.

09/1993-08/1995 - Marketing Manager Consumer & New Media (PC Business)

Risponde al Direttore Marketing Italia al Marketing Manager Consumer & New Media Europeo e seguendo le guideline della casa madre (Cupertino):

- ✓ Crea e sviluppa Consumer & Multimedia market strategy sui nuovi PC Apple Macintosh
- ✓ Gestisce contratti con le Consumer/Multimedia companies e prepara un piano di co-mktg con i principali editori italiani per creare contenuti multimediali per un migliore posizionamento di Apple nel multimedia
- ✓ È Product Manager dei "New Media" products (CD-Rom Players, Apple Design Speakers, Multimedia Kit, ect.)

10/1989-09/1993 - Market Development Manager (Consumer BU) e Multimedia Market Development Manager

Responsabile di Marketing and Sales nella Consumer Business, a riporto del Resp. di Business Unit Consumer in Italia.

Attività:

- ✓ Gestione delle attività sales per il Canale Indiretto e definizione delle attività di Marketing in accordo con Apple Europe e implementazione delle stesse a livello locale
- ✓ Introduzione di Apple Macintosh e predisposizione di Campagne Promo e di Prodotto con Collateral and Merchandising per il Canale Retail
- ✓ Responsabile dello sviluppo di soluzioni Multimediali in aree di mercato strategiche
- ✓ Coordinamento delle società della Apple Federation per il mercato Multimedia e partecipazione alle attività del Multimedia Team a Cupertino, dove principalmente si forma per i primi due anni.

----- Pubblicazioni -----

- 1990 M. Logli. "HyperMilano". Notes of Software N°48/49. Bull Italia-Università degli Studi di Milano
- 1993 M. Logli. "Information Technology and individuals: limits, requirements, answers". Sistemi&Impresa N°1 gen-feb

----- Esperienze di Ricerca -----

- 1988-89 Degree thesis for the University "Statale degli Studi" of Milan in the Computer Science Department (Hypertext User Group)
- 1993 Co-examiner of a degree thesis at the University 'Statale degli Studi' of Milan. Title: "HyperMilan 2: elements for a methodology of development of Multimedia Systems"

----- Education and Training -----

- 1983 Liceo Scientifico "Elio Vittorini" - Milano (60/60)
- 1989 Università 'Statale degli Studi' di Milano. Laurea in Scienze dell'Informazione Tesi: "IperMilano: dall'architettura all'implementazione" (101/110)

----- Seminari e Corsi -----

- 3/2012-12/2013 Mentor nell'ambito del "Progetto mentorship Prospera-Valore D".
- 2/2013-1/2014 In The Boardroom: Piano di Sviluppo di Valore D e GE Capital per le nuove Consigliere di Amministrazione.
- 7-10/2012 SDA Bocconi School of Management "General Management".
- 11/1997 Study Tour Telecom Italia, New York - Boston. "Empowerment for individual and organization performances".
- 9/1997 Telecoms and Technologies, London. "Telecoms Advertising Strategies".
- 7/1997 Euroteam: SSGRR, L'Aquila. Telecommunications: A Global Challenge for Europe.
- 2/1994 TOEFL Exam for the English Language (score 563 over 600).
- 1993 Canning School "English Language".
- 1990/1991 IPSOA Management School. "Product Manager" e "Marketing".

Monelle Sofli

----- **Interessi e attività extra lavorative** -----

- ✓ Realizzazione del blog Tumblr “Alfabeto GPG”, rubrica quindicinale sull’impegno femminile focalizzata sul tema della riduzione del Gender Pay Gap.
- ✓ Conseguito diploma nazionale di sommelier presso FISAR (Federazione Italiana Sommelier)

Autorizzo il trattamento dei dati personali ai sensi della legge 675/96 integrata dall’art. 13 D.L. 196/2003

A handwritten signature in dark ink, reading "Marcelle Sofici". The script is cursive and fluid, with the first name "Marcelle" and the last name "Sofici" clearly distinguishable.

Milano, 24 marzo 2021