

IL DIRETTORE GENERALE

VISTA la Legge 07.08.1990, n. 241 recante “Nuove norme sul procedimento amministrativo”;

VISTO il D.P.R. 28.12.2000, n. 445 recante disposizioni legislative in materia di documentazione amministrativa;

VISTO il D. Lgs. 30.03.2001, n. 165 recante “Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche”;

VISTA la legge 9.5.1989, n. 168 che sancisce l'autonomia delle Università italiane;

VISTA la Legge 30.12.2010, n. 240 recante “Norme in materia di organizzazione delle università, di personale accademico e reclutamento, nonché delega al Governo per incentivare la qualità e l'efficienza del sistema universitario”;

VISTA la Legge 06.11.2012, n. 190 recante “Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione”, e relativi decreti attuativi;

VISTO il D. Lgs. 10.08.2018, n. 101, “Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (Regolamento generale sulla protezione dei dati)”;

VISTO il D.P.R. 16.04.2013, n. 62 “Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165”;

VISTO il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro vigente;

VISTO il Regolamento Generale di Ateneo;

VISTO il Regolamento per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità del Politecnico di Milano;

VISTO il Regolamento di Ateneo per la Sicurezza e la Salute dei Lavoratori sul luogo di lavoro;

VISTA la Determina Direttoriale, Decreto 922/2025, Protocollo 8411/2025 del 14/01/2025 relativa alla articolazione dell'Area Public Engagement e Comunicazione;

RITENUTA la necessità di definire l'articolazione funzionale della PUBLIC ENGAGEMENT & COMMUNICATION DIVISION / AREA PUBLIC ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE, con l'indicazione delle principali aree di responsabilità e i riferimenti operativi di processo, nonché di procedere alla nomina dei capi servizio;

ADOTTA LA SEGUENTE DETERMINAZIONE

Art. 1 - Con effetto dal **1° gennaio 2026**, la **PUBLIC ENGAGEMENT & COMMUNICATION DIVISION / AREA PUBLIC ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE** è articolata secondo lo schema allegato, che ne costituisce parte integrante.

Art. 2 - I conferimenti dell'incarico di Head of unit / Capo Servizio qui disposti hanno durata di un anno, salvo diversa indicazione all'interno dello schema allegato e potranno essere ulteriormente prorogati, previa valutazione secondo la normativa vigente, dell'attività svolta

Art. 3 - Le principali aree di responsabilità, le macro-attività, le dotazioni organiche e le interazioni tra le diverse Aree e Servizi sono da considerarsi non esaustive e potranno essere modificate su proposta del Dirigente, con determina del Direttore Generale.

Art. 4 - L'attribuzione delle funzioni, delle attività e del personale ai diversi Servizi è di competenza del Dirigente dell'Area; la definizione dell'organizzazione del lavoro all'interno del Servizio è di competenza del Capo Servizio, d'intesa con il Dirigente dell'Area.

Art. 5 - La presente determina assorbe e sostituisce tutte le precedenti, nonché gli eventuali altri atti di organizzazione emanati, relativi alla struttura interessata dalla articolazione funzionale qui disposta, e gli incarichi ivi conferiti cessano dalla data di effetto della presente determina; sono fatte salve le attività e le funzioni svolte presso il Politecnico di Milano sino alla data di notifica agli interessati.

Art. 6 - La presente determina, come misura inerente la gestione del rapporto di lavoro, ha carattere organizzativo come disciplinato dall' art. 5 del Decreto Legislativo 30 marzo 2001, n. 165 e successive modificazioni e integrazioni.

Art. 7 - Il presidio di tutti gli aspetti di sicurezza e salute dei lavoratori afferenti all'area e degli spazi di competenza assegnati mediante l'Atto di ricognizione e attribuzione degli spazi di Ateneo, sono delegati al Dirigente d'area come da decreto di delega in materia di sicurezza sul lavoro del Direttore Generale.

IL DIRETTORE GENERALE
Ing. Graziano Dragoni
Fto. Ing. Graziano Dragoni

PUBLIC ENGAGEMENT & COMMUNICATION DIVISION / AREA PUBLIC ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE
(DIRECTOR / DIRIGENTE: MARCELLA LOGLI)

MISSION

La Mission dell'Area è quella di supportare strategicamente la comunicazione del Politecnico di Milano, promuovendone le relazioni con i principali stakeholders, allo scopo di divulgare i tratti fondamentali che lo caratterizzano.

Ci occupiamo della sua reputazione e della sua brand awareness rispetto ai target di riferimento (studenti, aziende, istituzioni, media, atenei, territorio nazionale ed internazionale).

Ci impegniamo a individuare le iniziative e le azioni più appropriate per comunicare i suoi temi rilevanti in ambito di Ricerca, Didattica e Terza Missione, seguendo le linee di indirizzo strategico stabilite dalla Governance.

Presidiamo le campagne promozionali, le relazioni con i media, le comunicazioni interne e quelle esterne, la comunicazione e il marketing digitale, gli eventi culturali ed istituzionali, l'impegno in ambito di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale.

Siamo punto di riferimento per tutte le strutture di Ateneo e ci poniamo come regia univoca atta a consolidare il brand del Politecnico, le opportunità per lo sviluppo di contenuti, di eventi, di partnership da diffondere tramite earned media, owned e paid media, assicurandoci che ogni messaggio sia in linea con le strategie di Ateneo.

In particolare, in collaborazione con le Aree di riferimento e le Strutture Dipartimentali e di Polo Territoriale, ci poniamo l'obiettivo di:

- Innalzare il livello di reputazione del Politecnico di Milano a livello nazionale e internazionale, con l'obiettivo di essere maggiormente attrattivi per gli studenti.
- Promuovere l'offerta formativa in Italia e all'estero.
- Favorire la divulgazione dei risultati della ricerca politecnica nella società, tramite formati e media efficaci e contemporanei.
- Promuovere eventi organizzati dal Politecnico, come mostre, fiere, festival e iniziative culturali.
- Promuovere il coinvolgimento della Governance allargata di Ateneo.

Il nostro scopo è definire le migliori strategie volte a promuovere positivamente l'Ateneo.

Principi di organizzazione dell'Area

L'Area supporta l'Ateneo secondo la logica PDCA (Plan, Do, Check, Act) in coerenza con le scelte dell'Amministrazione di Ateneo.

La pianificazione, il monitoraggio e la rendicontazione degli obiettivi avvengono secondo le modalità e le tempistiche previste dal Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance di Ateneo.

Ai fine della pianificazione operativa per il raggiungimento degli obiettivi, il Dirigente prevede

momenti di confronto con i Capi Servizio/Servizi di Staff anche al fine di garantire il monitoraggio periodico e l'individuazione di eventuali azioni di miglioramento.

La comunicazione all'interno dell'Area avviene, anche informalmente, tramite riunioni, email periodiche, incontri di allineamento, finalizzati anche a verificare lo stato di avanzamento delle attività necessarie al raggiungimento degli obiettivi e a raccogliere dati e informazioni utili al monitoraggio.

La comunicazione con il Direttore Generale è continua e diretta. La comunicazione e il coordinamento con le altre Strutture tecnico-gestionali di Ateneo (Aree, Dipartimenti e Poli territoriali) sono garantiti mediante:

- Collegio dei Dirigenti
- Riunioni dei Cluster tematici
- Coordinamento dei Responsabili Gestionali.

Le strutture di Area hanno impatto sul macroprocesso di Ateneo¹ "Governo delle Risorse" e "Responsabilità Sociale" e in particolare sui macroprocessi di Amministrazione "Supporto alla Governance", "Gestione eventi / iniziative di comunicazione e promozione" e "Supporto alle attività di Responsabilità sociale". Il dettaglio è descritto all'interno del documento che descrive la mappatura dei processi dell'amministrazione di Ateneo, disponibile [qui](#).

¹ I macroprocessi di Ateneo sono definiti come segue:

Didattica: fa riferimento a tutti i processi gestionali, messi in atto dalle aree dirigenziali, a supporto di Docenti e Studenti per l'erogazione della Didattica, nei diversi ambiti dell'architettura, del design e dell'ingegneria.

Ricerca: fa riferimento a tutti i processi gestionali, messi in atto dalle aree dirigenziali, a supporto di Docenti e Studenti per l'avanzamento delle attività di ricerca, consentendo all'Ateneo di realizzare l'incontro tra università, enti pubblici e privati e mondo delle imprese.

Responsabilità sociale: fa riferimento a tutti i processi gestionali, messi in atto dalle aree dirigenziali, a supporto di Docenti e Studenti per il perseguimento della Responsabilità sociale, intesa come da Piano Strategico di Ateneo a tutte le attività che riguardano la sostenibilità, attività culturali e di divulgazione scientifica, relazioni con il territorio e le istituzioni, rapporti internazionali e di cooperazione allo sviluppo e supporto all'imprenditorialità.

Governo delle risorse: fa riferimento a tutti i processi gestionali e amministrativi trasversali, funzionali all'erogazione di didattica, ricerca e Responsabilità sociale, messi in atto dalle aree dirigenziali, sia in relazione alle responsabilità assegnate, sia a supporto delle decisioni degli organi di governo.

COORDINATION STAFF / STAFF DI COORDINAMENTO

L'Area presidia in maniera trasversale a tutti i suoi servizi, con un coordinamento diretto da parte della Dirigente / del Dirigente, i seguenti ambiti:

- elaborazione del piano di comunicazione che dà attuazione al piano strategico triennale di Ateneo;
- analisi e valutazione dell'opportunità comunicativa e del rischio reputazionale correlato a presenti e possibili future iniziative di Ateneo;
- monitoraggio dei messaggi comunicativi di Ateneo e del contesto in cui appaiono e misurazione dell'impatto della comunicazione di Ateneo;
- coordinamento del network dei comunicatori dipartimentali, di Polo territoriale e degli altri referenti della redazione allargata;
- supporto alla gestione di eventuali situazioni di crisi.

FUNZIONE DI STAFF

Media Office (Referente e capo ufficio stampa: Emanuele Sanzone)

- Definisce il piano di media relations a supporto della reputazione di Ateneo a livello nazionale e internazionale, selezionando i temi di ricerca cruciali e i migliori canali di comunicazione, in collaborazione con la Institutional relations, Research and Educational communication unit.
- Reperisce e diffonde le informazioni sulle attività didattiche, di ricerca e sulle iniziative dell'Ateneo alla stampa locale, nazionale e internazionale in sinergia con le altre Unit dell'Area.
- Sviluppa i contatti tra organi di stampa e personale dell'Ateneo.
- Cura la rassegna stampa di Ateneo.
- Misura l'impatto della comunicazione sui media.

Inoltre il servizio:

- Imposta e coordina gli incontri periodici con il network di comunicatori al fine di favorire la sinergia e di rendere efficaci le azioni del servizio a beneficio dell'impatto della comunicazione del brand di Ateneo.
- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate.

Personale afferente

PAGANI MARTINA

SANZONE EMANUELE

SGARLATA MASCIA (in aspettativa)

TURATI RAFFAELLA

CONTENT, BRAND IDENTITY, DIGITAL SERVICES AND MARKETING UNIT / SERVIZIO CONTENT, BRAND IDENTITY, DIGITAL SERVICES E MARKETING
(HEAD OF UNIT / CAPO SERVIZIO: Erika Cancellieri)

Principali aree di responsabilità

Brand Identity – Referente Annarosa Zucca

- Progetta e realizza la brand identity e si occupa di gestirne la diffusione a tutte le strutture di Ateneo.
- Supporta le strutture di Ateneo rispetto al Brand Book ai fini del mantenimento della coerenza e della applicazione dello stesso.
- Verifica la coerenza del brand su tutti i touch point digitali e offline
- Supervisiona e coordina la web design dei siti satellite (Dipartimenti, Scuole, Poli) e dei profili sui social media delle strutture in ottica di brand identity
- Supporta la realizzazione grafica di notizie, eventi, allestimenti e pubblicazioni di Ateneo.

Digital Services – Referente Andrea Bettinelli

- Ha in carico lo sviluppo, la gestione e la manutenzione dei siti www.polimi.it, delle Scuole e dei Poli territoriali, ospitati su piattaforme di hosting gestite da ASICT, che fornisce supporto per gli ambiti di competenza.
- Presidia e coordina le attività di minor upgrade e di aggiornamento delle estensioni TYPO3 sui siti di competenza sviluppate dal servizio (Danieli Stefano)
- Progetta e realizza la web strategy (anche in ottica SEO) e le app
- Progetta e realizza l'architettura dei contenuti multimediali, supportando anche le altre strutture dell'Ateneo
- Valuta, revisiona, crea e pubblica i contenuti multimediali sul web e i diversi touch point di Ateneo
- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate, gestendo in maniera continuativa la realizzazione di executive report al fine di attivare azioni correttive e individuare scenari futuri in base ai risultati ottenuti.

Digital Content and Social Media – Referente Andrea Busetto

- Progetta e realizza la social media strategy producendo un piano editoriale condiviso con la redazione allargata di Ateneo
- Valuta, revisiona, crea e pubblica i contenuti multimediali sui canali social media e digital di Ateneo
- Imposta e coordina gli incontri periodici con il network di comunicatori al fine di favorire la sinergia e di rendere efficaci le azioni del servizio a beneficio dell'impatto della comunicazione di Ateneo.

- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate, gestendo in maniera continuativa la realizzazione di executive report al fine di attivare azioni correttive e individuare scenari futuri in base ai risultati ottenuti.

Inoltre il servizio:

- Progetta e realizza il piano di Digital Marketing di Ateneo.
- Pianifica il media plan di comunicazione (su media digitali e su media standard) tramite owned and paid media, gestendone e monitorandone il budget di riferimento per l'intera area.
- Realizza ricerche sulle tendenze di riferimento e sulle preferenze dei target di riferimento
- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate

Personale afferente

BARUTA CRISTINA
BETTINELLI ANDREA
BUSETTO ANDREA
CANCELLIERI ERIKA
DANIELI STEFANO
FERENTINI FRANCESCA
FERRARI AGGRADI GAIA PIA
GINI ELENA
GHIRONI CAMILLA
MARTINELLO MICHELE
ROTA ALESSANDRO
TRAVAGIN IRENE
ZUCCA ANNAROSA

**INSTITUTIONAL RELATIONS, RESEARCH AND EDUCATIONAL COMMUNICATION UNIT /
SERVIZIO RELAZIONI ISTITUZIONALI E COMUNICAZIONE DELLA RICERCA E DELLA DIDATTICA
(HEAD OF UNIT / CAPO SERVIZIO: LUISA LUALDI)**

Principali aree di responsabilità

Relazioni Istituzionali

- Mantiene la relazione con gli stakeholder istituzionali nazionali e internazionali e definisce le modalità di comunicazione con gli stessi.
- Offre consulenza e supporto ai progetti di comunicazione istituzionali promosse da altre strutture dell'Ateneo.
- Organizza gli eventi istituzionali e gestisce il cerimoniale.
- Monitora la brand reputation di Ateneo valutando anche l'impatto delle varie iniziative previste dal Piano di Comunicazione.

- Progetta e realizza il piano di comunicazione per la Governance di Ateneo, anche attraverso l'individuazione e formazione di Spokesperson.
- Organizza eventi di formazione sulla comunicazione per i vertici e i docenti dell'Ateneo.

Comunicazione Della Didattica

- Definisce, in collaborazione con la Governance e con l'Area Didattica, la Value Proposition in ambito STEM del Politecnico di Milano, al fine di aumentare l'awareness e la forza attrattiva nei confronti dei target di riferimento.
- Supporta la promozione dell'offerta formativa in collaborazione con l'Area Didattica impostando progetti di comunicazione della didattica a lungo termine (come ad esempio collaborazioni con testate giornalistiche o nuovi cicli di eventi) e in accordo con il fabbisogno comunicativo e promozionale dell'Ateneo.

Comunicazione Della Ricerca

- Definisce, in collaborazione con la Governance e con l'Area Ricerca, Innovazione e sviluppo rapporti con le Imprese, i progetti di comunicazione della ricerca, al fine di renderla mainstream e permettere all'Ateneo di essere protagonista di rilievo nelle conversazioni in materia che si realizzano in diversi ambienti, mediatici e non.
- Supporta l'impostazione di progetti di comunicazione della ricerca a lungo termine e instaura rapporti di medio e lungo termine con gli editori, affinché la reputazione di Ateneo sia continuamente ed efficacemente rappresentata, in sinergia con le altre Unit dell'Area (come ad esempio collaborazioni con testate giornalistiche o nuovi cicli di eventi) e in accordo con il fabbisogno comunicativo e promozionale dell'Ateneo.
- Supporta iniziative di dissemination con target comunità accademica: ad esempio eventi scientifici, congressi internazionali promossi dai Dipartimenti e la comunicazione ai peer, con finalità di posizionamento e ingaggio per migliorare il posizionamento dell'Ateneo nei ranking, in collaborazione con il Servizio Pianificazione e controllo.

Inoltre il servizio:

- Imposta e coordina gli incontri periodici con il network di comunicatori al fine di favorire la sinergia e di rendere efficaci le azioni del servizio a beneficio dell'impatto della comunicazione del brand di Ateneo.
- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate.

Personale afferente

BRUGNONE CHIARA

ESPOSITO MARTINA

FRANCO ERIK

LUALDI LUISA

PETRONE ANGELA

SCOLAMACCHIA EMANUELA

**SUSTAINABILITY AND CULTURAL COMMUNICATION UNIT / SERVIZIO COMUNICAZIONE
DELLA SOSTENIBILITA' E ATTIVITA' CULTURALI
(HEAD OF UNIT / CAPO SERVIZIO: SIMONA OLGIATI)**

Principali aree di responsabilità

Cultural Communication

- Elabora piani e campagne di comunicazione che promuovano attività istituzionali e progetti di Ateneo in tema di public engagement.
- Coordina la comunicazione in rassegne ed eventi culturali e scientifici, realizzati in partnership con altri enti ed istituzioni.
- Gestisce i rapporti con enti e istituzioni culturali e scientifiche.
- Si occupa dell'ideazione, promozione, organizzazione e misurazione dell'impatto di rassegne, eventi e iniziative culturali e scientifiche.
- Sollecita la produzione di notizie e informazioni culturali e scientifiche per la divulgazione su canali informativi in collaborazione con la Governance e media relation unit.
- Valuta le iniziative proposte per l'assegnazione degli spazi dell'Ateneo.

Sustainability Communication

- Supporta gli obiettivi di comunicazione del piano strategico di sostenibilità dell'Ateneo e il raggiungimento degli stessi per gli ambiti di propria competenza, gestendo, coordinando e promuovendo iniziative ed eventi.
- Supporta la comunicazione agli stakeholder dell'impegno dell'Ateneo in ambito di sostenibilità, anche attraverso la realizzazione di iniziative ed eventi, nazionali e/o internazionali, ritenuti rilevanti dal sistema di governo della sostenibilità.
- Supporta lo sviluppo e la diffusione di una cultura di Ateneo centrata sulla sostenibilità, incentivando l'implementazione di concetti, metodi e strumenti condivisi.

Inoltre il servizio:

- Imposta e coordina gli incontri periodici con il network di comunicatori al fine di favorire la sinergia e di rendere efficaci le azioni del servizio a beneficio dell'impatto della comunicazione del brand di Ateneo.
- Misura kpi e indicatori di impatto delle iniziative attuate.

Personale afferente

GIFFONI PAMELA

MARCHESE FRANCESCO

OLGIATI SIMONA

PIERANGELI FRANCESCA