



Elisabetta Romano.
Ad di **Telecom Italia Sparkle**

A tu per tu

Elisabetta Romano

«Per trasformare l'azienda occorre cominciare dal cambiamento culturale»

di **Monica D'Ascenzo**

— a pagina 12

«Per trasformare l'azienda devi cominciare dal cambiamento culturale»

Elisabetta Romano. L'amministratrice delegata di **Telecom Italia Sparkle** guarda al futuro dell'innovazione in Italia con l'esperienza maturata tra Svezia e Silicon Valley

ABBIAMO BISOGNO
CHE I GIOVANI
VADANO ALL'ESTERO:
SONO CERVELLI CHE
DEVONO APRIRSI
ALL'ALTRO, CRESCERE
E POI TORNARE
Monica D'Ascenzo

«L

a sfida attuale è in una società italiana che opera a livello internazionale e questo mi inorgoglisce. È una sfida di trasformazione culturale, non solo legata ai sistemi e ai processi».

Trent'anni nel settore delle telecomunicazioni, IT e media e la metà della carriera all'estero, tra Belgio, Svezia e Silicon Valley. **Elisabetta Romano**, nata a Milano ma cresciuta ad Avellino come tiene a sottolineare, dal luglio 2018 fa parte del gruppo **TIM**, prima come *chief technology officer*, poi come *head of chief innovation & partnership* dal novembre 2019 e

infine dall'agosto 2020 ricopre il ruolo di amministratrice delegata di **Telecom Italia Sparkle**, operatore globale del gruppo che fornisce servizi *tlc wholesale*, con una rete proprietaria in fibra che si estende per circa 600 mila km attraverso Europa, Africa, le Americhe e Asia. L'ultima sfida a cui si riferisce è proprio quella in Sparkle, che proprio in questi giorni festeggia il centenario dalla fondazione come erede della grande tradizione di Italcable, fondata nel 1921 e prima azienda a posare un cavo transoceanico fra l'Argentina e l'Europa. Le radici e la storia aziendale vanno rispettate, ma è necessario guardare al futuro: «C'è un'inerzia della macchina che è complicatissimo far evolvere. Anche solo a cominciare dalla terminologia. Per trasformare un'azienda devi agire sull'aspetto culturale. Ci sono



persone che sono in azienda da lungo tempo e bisogna capire che solo cambiando si può migliorare, altrimenti si sopravvive ma non si cresce».

Elisabetta Romano, d'altra parte, ha sempre guardato oltre, come fosse un istinto naturale. «Sono nata a Milano ma ci siamo trasferiti in Campania quando per problemi di salute hanno consigliato a mio padre di fare una vita un po' più salubre. Sono cresciuta ad Avellino, città piccolina, ma vivace, con molti eventi, un vero laboratorio politico-culturale influenzato da personalità quali Mancino, De Mita, Agnes» ricorda Romano, riconoscendo l'eredità lasciatale dalla città campana: «Mi ha lasciato creatività, passione e la capacità di non fermarsi mai davanti agli ostacoli. In Campania la vita non era super organizzata e perfetta, cosa che ha forgiato il mio modo di essere, spingendomi a voler trovare sempre una soluzione. Se incontri degli ostacoli, ti formi ad essere resiliente e perseverante». Una consapevolezza di quanto sia stata importante la sua formazione, che non le ha impedito però di prendere il volo: «Il fatto di essere cresciuta in una città piccolina, mi faceva sembrare il mondo al di fuori molto vasto, non volevo restare indietro. Ero curiosa, e questo mi ha fatto guardare fin da subito oltre i confini italiani».

Gli studi di informatica e poi il lavoro, dove è stata capace di costruirsi le possibilità per conquistarsi delle esperienze oltre i confini nazionali: «La prima esperienza all'estero è avvenuta prestissimo. Mi sono laureata in informatica e subito trasferita a Milano. Dopo un anno e mezzo, ho partecipato a una riunione in Belgio ad Anversa, uno dei principali centri ricerca e sviluppo di Alcatel. C'erano persone da tutto il mondo, bisognava sviluppare prodotti nuovi. A quel punto ho sentito Milano stretta e ho dato il tormento al mio capo per farmi trasferire ad Anversa. Dopo meno di un anno sono stata trasferita e sono stati cinque anni da favola».

Dopo l'esperienza tecnica in Alcatel, la carriera è proseguita in Ericsson, dove è entrata nel 1998 e nel 2012 è diventata *head of operations support systems* con sede a Stoccolma e nel 2015 *head of TV & Media*, con sede a Santa Clara, California. «La Silicon Valley ha una caratteristica fondamentale: l'accessibilità, vale a dire che è facile accedere alle persone che ti possono aiutare. In America il valore dei soldi c'è, ma valgono anche le tue idee e il tuo talento. Puoi essere nessuno ma se pensano che tu possa portare un contributo di valore ti supportano. Non c'è classismo. Allo stesso tempo se non porti valore possono essere anche molto spietati». Con il tempo sono arrivati anche i riconoscimenti e nel 2017 il nome di **Elisabetta Romano** è stato inserito nella lista "50 most powerful women technology": «Per me è stata una grandissima sorpresa: ero nella lista delle 50 donne più potenti del mondo della tecnologia in Silicon Valley, un vero onore. Ma è stata anche la prova tangibile che il merito veniva riconosciuto». E solo due giorni fa la manager ha ricevuto un nuovo premio, il "Telecommunication Woman of the Year" nel corso della cerimonia dei Carrier Community Global Awards tenutasi a Berlino. Un premio che ci riporta al presente e alle sfide italiane, che ora richiedono una spinta verso il futuro

più accentuata dopo la pandemia: «In Italia a livello di leadership e managerialità siamo un po' indietro. E se i giovani crescono con capi vecchio stile, poi rischiano di non avere approcci innovativi. Se vanno all'estero a fare esperienza potranno confrontarsi con culture e modelli di leadership e lavorativi diversi di cui fare la migliore sintesi. Lasciamoli andare, perché l'Italia è talmente un bel Paese, che è assolutamente in grado di attrarli e farli tornare» osserva Romano, che prosegue: «Abbiamo bisogno che i giovani vadano a fare esperienza all'estero. Sono cervelli che devono aprirsi all'altro, evolversi e crescere per unire i punti di forza italiani a quelli appresi all'estero. Lasciarli andare vuol dire avere una classe dirigente di tutto rispetto in futuro quando torneranno. Mi accorgo subito quando qualcuno ha fatto un'esperienza all'estero, nell'approccio agli altri e al lavoro».

Uno scambio di competenze ed esperienze con l'estero che scambie linfa vitale per tutto il settore dell'innovazione italiana, considerato che ancora molte, troppe startup nate qui, ad esempio, poi crescono, producono e creano posti di lavoro altrove. «In Italia sono stati fatti anche grandi passi avanti per quel che riguarda l'innovazione. Sono nate molte belle realtà. Abbiamo creatività e competenza, anche se lasciamo un po' a desiderare sull'aspetto della comunicazione efficace» suggerisce la manager, che prosegue: «Il problema è che la mancanza di accessibilità e di fondi rende più complicata la vita delle startup. Inoltre andrebbe alimentato un circolo virtuoso, promuovendo gli unicorni italiani che possano essere di esempio. Quando parlo con i ragazzi, che hanno idee da sviluppare, mi rendo conto che trovano poi difficoltà. Se vai in University Avenue a Palo Alto nei bar trovi venture capital con cui parlare della tua idea, mentre in Italia avvicinare gli investitori è ancora un processo molto complesso. La materia prima c'è, i giovani vanno aiutati i giovani. Sono state fatte cose per semplificare ma va fatto di più. Ci vogliono persone che lo abbiano fatto all'estero e bisogna creare posti di aggregazione, *coaching*, *mentorship*. All'estero viene insegnato fin dai primi anni di scuola a saper fare un progetto e a presentarlo. Se la scuola non si evolve in questa direzione, è necessario che li si aiuti a sviluppare le intuizioni». L'innovazione è sempre più necessaria anche nelle aziende più tradizionali e la pandemia ha accelerato anche il cambiamento dell'organizzazione del lavoro. «Io sono molto esigente, ma empatica allo stesso tempo. Guido con l'esempio». Ama definire così il suo stile di *leadership* in un momento storico in cui anche i modelli di management vengono messi in discussione e si cerca di disegnare un nuovo identikit di manager più adatto a un mondo del lavoro più flessibile e in continua evoluzione. «Avendo ricoperto ruoli globali e guidando team che vivevano in giro per il mondo, ero già abituata ai rapporti mediati dalla tecnologia, cosa che in Italia abbiamo sperimentato nell'ultimo anno e mezzo. Mi auguro che il management italiano abbia capito che non è il mero tenere le persone 12 ore in ufficio a portare i risultati: i risultati si ottengono se si coinvolgono le persone, facendole sentire parte di una

squadra, con obiettivi chiari. Abbiamo dimostrato che le aziende possono continuare a lavorare anche con la flessibilità» spiega Romano, aggiungendo: «Ora è necessario sviluppare anche in Italia una *leadership* più moderna, che sia in grado di attirare anche talenti dall'estero e di far ritornare i talenti italiani. Perché l'Italia riesca ad attrarre competenze è necessario però creare le condizioni con stipendi interessanti, prospettive di carriera stimolanti e flessibilità lavorativa». E la manager sta vivendo da vicino le prospettive che offrono altri Paesi, anche in Europa: «Mia figlia ha lavorato in Nike ad Amsterdam dove lo *smart working* era una realtà prima della pandemia, così come prendere le ferie – il *free time off* - quando si ritiene, che non vuol dire lavorare meno. È un mondo del lavoro più moderno».

Tanto forte è il legame con il futuro che **Elisabetta Romano**, classe 1963, ha le idee chiare anche sul suo "dopo": «Quando deciderò di non ricoprire più ruoli operativi, il mio obiettivo sarà supportare le persone più giovani con le mie esperienze. Restare a contatto con i giovani è una ricchezza e contraccambierò con l'esperienza come qualcuno ha fatto con me».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La manager dell'innovazione.

Elisabetta Romano, nata nel 1963 a Milano ma cresciuta ad Avellino, ha 30 anni di esperienza nel settore delle telecomunicazioni e ha passato metà della sua carriera all'estero. Questa settimana ha ricevuto a Berlino il premio "Telecommunication Woman of the Year".