

## Chi sono i 50 cmo più influenti del mondo

2026-06-25 15:53:04 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/06/25/chi-sono-i-50-cmo-piu-influenti-del-mondo/>

*di Slma Shelbayah e Linda Boff* Guidare la crescita aziendale. Introdurre un nuovo prodotto o rilanciare le vendite di uno stagnante. Sostenere la fiducia in un'azienda sia nei mercati pubblici che in quelli privati. Diventare un magnete per i talenti. E fare tutto questo in un mondo che diventa ogni giorno più guidato da agenti autonomi. Queste sono le aspettative che gravano oggi sui chief marketing officer (cmo).

I cmo hanno bisogno di una faretra piena di frecce affilate per svolgere questo lavoro multiforme, e una di queste frecce è la capacità di esercitare influenza. Per vendere, i cmo devono saper "raccontare" in modo efficace, una competenza fondamentale che va dalla sala del consiglio al piano di vendita. Il dirigente che pubblica post ogni giorno, parla ovunque e domina la stampa di settore può essere influente. Oppure potrebbe essere semplicemente visibile. Non si tratta della stessa cosa, e confondere i due concetti è sempre stato uno degli errori più costosi in questo campo.

### Dall'intelligenza artificiale allo sport

Le persone presenti nella classifica dei **cmo più influenti al mondo di Forbes del 2026** hanno ottenuto qualcosa di molto più difficile che attirare l'attenzione. Hanno spostato gli equilibri: hanno mosso aziende, categorie, decisioni dei consumatori e culture. A volte silenziosamente, a volte con enorme clamore pubblico — ma sempre avendo il ritorno commerciale come stella polare, e sotto pressioni quasi inimmaginabili fino a pochi anni fa.

**L'intelligenza artificiale non è più un esperimento** che gira in un laboratorio isolato. Sta ristrutturando le funzioni di marketing a livello globale, rimodellando la produzione creativa, abbattendo le tempistiche, personalizzando su una scala che nessun team umano potrebbe gestire, sollevando al contempo profonde domande su autenticità, paternità delle opere e fiducia. I cmo che fanno parte della nostra lista hanno la pesante responsabilità di determinare ciò che l'ia rende possibile e ciò che non dovrebbe mai sostituire.

**Lo sport — come business, forza culturale globale e piattaforma commerciale — ha raggiunto una nuova scala di ambizione.** La presenza in lista dei leader del marketing di Nfl, Formula 1, Fifa e Premier League riflette il modo in cui i cmo di queste organizzazioni gestiscono alcuni dei brand più seguiti ed emotivamente carichi del mondo in decine di paesi e culture, utilizzando modelli di ricavo sempre più complessi per farlo. Le persone che gestiscono il marketing per queste entità sono tra le migliori del settore.

L'abbigliamento racconta una storia sul potere duraturo dell'identità. Cinque marchi in questa lista — Nike, New Balance, Levi's, American Eagle e Lululemon — vendono vestiti in senso tecnico e cultura in ogni senso commerciale rilevante. I loro cmo si dedicano a qualcosa di più simile all'antropologia che alla pubblicità: capire dove si stanno dirigendo le mentalità dei loro clienti e assicurarsi che il brand sia già lì quando arrivano.

### L'automotive

**Il settore automobilistico sta vivendo uno dei periodi più dirompenti della sua storia.** Il veicolo stesso viene ridefinito. Il panorama competitivo è stato ridisegnato. Cinque cmo, provenienti da Bmw, Renault, Mercedes-Benz, Nissan e Ford, appaiono nella lista di quest'anno — un segno che nelle industrie che affrontano una reinvenzione strutturale, la capacità di mantenere e riformulare un marchio non è una competenza secondaria. È una questione di sopravvivenza.

Scorrendo la lista, il titolo di "cmo" è sempre più l'abbreviazione di qualcosa di più grande. Chief commercial officer. Chief growth officer. Chief brand officer. Chief customer officer. La funzione ha spesso assorbito la responsabilità dei ricavi, dell'esperienza e della trasformazione che un tempo risiedevano altrove, e i titoli si stanno adeguando. Ciò che resta costante è il mandato: connettere ciò che un'organizzazione offre a ciò che le persone vogliono realmente, e farlo in modo redditizio, su scala e nel tempo.

Molti dei presenti appaiono in classifica per la seconda, terza o quarta volta, non grazie a una singola campagna, al lancio di un prodotto o a un momento di rilevanza culturale, ma perché la loro influenza si è dimostrata duratura. Coloro che avrebbero fatto parte della lista per la quinta volta vengono elevati a un livello completamente nuovo: la *Forbes cmo Hall of Fame*. Questi nove speciali premiati sono presentati qui. Abbiamo anche identificato altri sei professionisti che hanno assunto il proprio ruolo solo quest'anno e il cui impatto è impossibile da ignorare: i nostri *Cmo to watch* (i cmo da tenere d'occhio).

## La metodologia

La classifica è stata creata ancora una volta attraverso la partnership di *Forbes* con Sprinklr, con dati integrativi provenienti da LinkedIn. Il bacino di partenza superava i 1.500 cmo in vari settori e regioni del mondo. Abbiamo valutato più di 10 miliardi di punti dati all'interno di 20 domini di influenza del marketing che comprendono:

- **Attenzione per il lavoro di marketing:** come i cmo guidano l'innovazione nel marketing e nella pubblicità con annunci e campagne che generano attenzione e lodi da parte dei media e di altri canali.
- **Attenzione, sentiment e rilevanza del cmo:** come i cmo stimolano l'interesse, la consapevolezza e la benevolenza verso i loro marchi attraverso i propri canali media e la presenza online.
- **Consapevolezza e sentiment del brand:** come i cmo guidano la rilevanza del loro marchio e la quota di attenzione.

La metodologia completa può essere consultata qui. Rispetto agli anni precedenti, abbiamo valutato i leader esclusivamente a livello di brand aziendale (enterprise), escludendo i responsabili del marketing di sotto-brand o di divisione. I dati si riferiscono al periodo compreso tra aprile 2025 e marzo 2026. Anche se un cmo dovesse aver lasciato il proprio ruolo dopo tale periodo, lo abbiamo incluso nella lista in virtù dei risultati ottenuti in quell'arco di tempo.

Le 50 persone presenti in questa lista determinano il cambiamento in modi che non sempre si annunciano apertamente. Attrache le loro decisioni, le relazioni, le scommesse creative e la volontà organizzativa, possono rifondare ciò che le loro aziende fanno e ciò che i loro settori considerano possibile. Questo è l'aspetto reale dell'influenza. Più di un post. Più di un panel. È guidare la crescita reale in un mondo che si sta riorganizzando silenziosamente.

## La classifica *Forbes* dei cmo più influenti al mondo

1. **Marian Lee** Chief marketing officer di Netflix (Stati Uniti)
2. **Emily Prazer** Chief commercial officer di Formula 1 e presidente & ceo di Las Vegas Grand Prix, Inc. (Regno Unito)
3. **Frank Cooper III** Chief marketing officer di Visa (Stati Uniti)
4. **Tim Ellis** Chief marketing officer di National Football League (Stati Uniti)
5. **Mark Weinstein** Chief marketing officer and head of luxury brands di Hilton (Stati Uniti)
6. **Chris Davis** Global brand president & chief marketing officer di New Balance (Stati Uniti)
7. **Jochen Goller** Member of the board of management for customer, brands, sales di Bmw Ag (Germania)
8. **Marc Speichert** Executive vice president and chief commercial officer di Four Seasons Hotels and Resorts (Canada)
9. **Kate Rouch** Former chief marketing officer di OpenAI (Stati Uniti)
10. **Romy Gai** Chief business officer di Fifa (Svizzera)
11. **Nicole Hubbard Graham** Executive vice president & chief marketing officer di Nike (Stati Uniti)
12. **Craig Brommers** Chief marketing officer di American Eagle (Stati Uniti)
13. **Vineet Mehra** Chief growth and marketing officer di Chime (Stati Uniti)
14. **Tressie Lieberman** Executive vice president and global chief brand officer di Starbucks (Stati Uniti)
15. **Takeshi Numoto** Executive vice president & chief marketing officer di Microsoft (Stati Uniti)
16. **Jane Wakely** Executive vice president, chief consumer & marketing officer and chief growth officer, international foods di PepsiCo (Stati Uniti)
17. **Sumit Virmani** Global chief marketing officer di Infosys (Stati Uniti)
18. **Jim Mollica** President, luxury consumer audio & chief marketing officer di Bose (Stati Uniti)

19. **Manu Orssaud** Chief marketing officer di Duolingo (Regno Unito)
20. **Denise Persson** Chief marketing officer di Snowflake (Stati Uniti)
21. **Zach Kitchke** Global chief marketing and communications officer di Canva (Australia)
22. **Marc Hazan** Vice president, business development and partnerships di Spotify (Svezia)
23. **Juan Manuel Cendoya** Vice chair di Santander España e senior vice president and head of communications, corporate marketing and research di Grupo Santander (Spagna)
24. **Arnaud Belloni** Chief branding officer di Renault Group (Francia)
25. **Will Brass** Chief commercial officer di Premier League (Regno Unito)
26. **Lara Balazs** Chief marketing officer & EVP, global marketing di Adobe (Stati Uniti)
27. **Melody Lee** Chief marketing officer di Mercedes-Benz USA (Stati Uniti)
28. **Edward Bell** General manager, brand, insights and marketing communications di Cathay Pacific (Cina)
29. **Kenny Mitchell** Senior vice president and chief marketing officer di Levi Strauss & Co. (Stati Uniti)
30. **Asmita Dubey** Chief digital & marketing officer di L'Oréal Groupe (Francia)
31. **Allyson Witherspoon** Chief marketing officer (US) & global brand advisor di Nissan (Stati Uniti)
32. **Antonia Wade** Global chief marketing officer di PwC (Regno Unito)
33. **Peeyush Dubey** Chief marketing officer di Tech Mahindra (Stati Uniti)
34. **Emma Chalwin** Chief marketing officer di Workday (Stati Uniti)
35. **Jill Hazelbaker** President and chief corporate affairs officer di Uber (Stati Uniti)
36. **Kelly Mahoney** Chief marketing officer di Ulta Beauty (Stati Uniti)
37. **Peggy Roe** Executive vice president & chief customer officer di Marriott International (Stati Uniti)

38. **Kate Trumbull** Evp & chief marketing officer di Domino's (Stati Uniti)
39. **Mathilde Delhoume-Debreu** Brand equity advisor di Lvmh (Francia)
40. **Kipp Bodnar** Chief marketing officer di HubSpot (Stati Uniti)
41. **Lisa Materazzo** Former global chief marketing officer di Ford Motor (Stati Uniti)
42. **Lina Polimeni** Senior vice president and chief marketing officer-consumer di Eli Lilly (Stati Uniti)
43. **Siddharth Sharma** Director of marketing di Bharti Airtel e ceo di Connected Homes (India)
44. **Kofi Amoo-Gottfried** Former chief marketing officer di DoorDash (Stati Uniti)
45. **Kimberly Storin** Chief marketing officer di Zoom (Stati Uniti)
46. **Jennifer Wilson** Senior vice president and chief marketing officer di Lowe's (Stati Uniti)
47. **Roberto Stanichi** Executive vice president and chief global brand officer di Mattel (Stati Uniti)
48. **Elizabeth Rutledge** Chief marketing officer di American Express (Stati Uniti)
49. **Nikki Neuburger** Chief brand & product activation officer di lululemon (Canada)
50. **Laura Jones** Chief marketing officer di Instacart (Stati Uniti)