

TOPICS &gt;

INNOVAZIONE

ENTERTAINMENT

FORTUNE HEALTH

SOSTENIBILITÀ

STARTUP

SEARCH

IMPRESE, MAGAZINE

# Marcello Mancini (ROI Group): “Salire sulle spalle dei giganti per guardare più lontano”

BY BEATRICE FORESTI  
FEBBRAIO 26, 2026



*Intervista a Marcello Mancini, fondatore e Ceo di ROI Group.*

Non tutti i percorsi nascono seguendo una linea retta. Quello di **Marcello Mancini** parte dalla musica, passa per un'intuizione negli Stati Uniti e arriva a ridefinire il modo di fare formazione ed eventi in Italia. L'ispirazione scatta assistendo a uno spettacolo del Cirque du Soleil: non solo intrattenimento, ma un'esperienza capace di cambiare lo sguardo. Da lì prende forma un'idea nuova di apprendimento, che nel tempo porta alla crescita di Performance Strategies e alla nascita di **ROI Group**, di cui oggi è fondatore e Ceo. Un progetto guidato da un principio preciso: “Se vuoi guardare più lontano, devi salire sulle spalle dei giganti”. Per questo il gruppo non è solo un nome, ma una visione: ciò che resta dopo un applauso, dopo un libro letto, dopo uno speech che ti sposta il punto di vista.

**Ci racconta brevemente il percorso che l'ha portata a fondare e guidare ROI Group. Quali esperienze ritiene siano state decisive?**

Il mio percorso è stato un learning by doing in piena regola. Il primo snodo fondamentale è stata la nascita di Performance Strategies nel 2011. L'idea era quella di unire arte e formazione in eventi come il Forum dell'Eccellenza, portando sul palco esperti provenienti da mondi diversi. L'azienda è cresciuta rapidamente: da 300mila euro di fatturato e un solo dipendente siamo arrivati a 8 mln di euro, 30 persone e oltre 15mila partecipanti agli eventi.

Il secondo passaggio decisivo è arrivato osservando il modello di Walt Disney sotto la guida di Bob Iger: non singole aziende scollegate, ma un ecosistema integrato capace di generare valore. Da lì è maturata la visione che ha portato alla nascita di ROI Group.

**Come descrive la cultura interna del Gruppo? Quali valori ritiene fondamentali per la crescita del team?**

La cultura di ROI Group si fonda su responsabilità, fiducia e coerenza. Lavoriamo come un ecosistema in cui ogni business unit contribuisce ad alimentare le altre. Credo molto nell'allineamento tra persone, visione e obiettivi: quando questo accade, la crescita del team diventa naturale e sostenibile nel tempo.

**La 14esima edizione del Leadership Forum è stata un successo, anche grazie all'operazione di rebranding. Ci racconta gli step effettuati per arrivare a questo traguardo?**

Più che un rebranding, è stato un atto di consapevolezza. Nel tempo sono nate diverse realtà con identità distinte, ma a un certo punto è emersa la necessità di un unico cappello capace di raccontare ciò che eravamo diventati.

ROI Group nasce per rafforzare il posizionamento strategico e comunicare in maniera chiara e chirurgica un ecosistema coerente, scalabile e difficilmente replicabile. In questo senso il Leadership Forum è il nostro flagship: l'evento più rappresentativo, capace di riunire grandi business thinker, Ceo, visionari e, dall'altra parte, migliaia di decision maker, top manager e imprenditori.

**Lei parla di purpose, mission, vision e valori. Cosa realizzano queste pratiche applicate a un'azienda?**

Quando sono autentici, purpose, mission, vision e valori non sono slogan, ma strumenti operativi. Servono a dare direzione, a prendere decisioni più rapide e a creare coerenza tra ciò che l'azienda dichiara e ciò che realmente fa. Sono una bussola che guida il quotidiano.

**Come si fa a trovare la propria voce in un mercato sempre più affollato?**

La leadership non è un titolo, ma una responsabilità. Nell'epoca dei social non significa collezionare visibilità o follower, ma saper generare fiducia. Trovare la propria voce vuol dire trasformare la complessità in direzione, guidare prima se stessi e poi gli altri, e rendere la visione un'azione concreta.

**Quali qualità ritiene essenziali in un leader oggi?**

La qualità principale è saper guidare nell'incertezza, cioè vedere le cose anche quando gli altri non le vedono. Non basta più pianificare: servono capacità di leggere scenari in continuo mutamento, prendere decisioni rapide anche senza tutte le risposte e motivare le persone senza certezze.

La leadership del futuro nasce dall'integrazione tra intelligenza emotiva e intelligenza artificiale, dalla capacità di sfruttare il potere delle connessioni. La tecnologia è un asset imprescindibile, ma la vera differenza la farà la capacità di attrarre persone, costruire team e guidare il talento.

**Come si mantiene motivato e innovativo in un mondo in continuo cambiamento?**

Potrò sembrare banale, ma a me attraggono le sfide, le difficoltà. La mia motivazione nasce quando ciò che faccio è profondamente allineato a ciò che sono. L'imprenditore non ha qualcuno sopra di sé: lo specchio diventa il suo coach.

A questo si aggiunge una spinta quasi ossessiva al miglioramento continuo, anche dopo risultati importanti. Mentre accadono le cose non riesco a vivermi la soddisfazione, perché sto già cercando di capire cosa migliorare la volta dopo.

**Qual è l'appuntamento più rilevante che avete in programma per il 2026?**

Nel 2026 porteremo per la prima volta in Italia Yuval Noah Harari, uno dei più influenti pensatori contemporanei, con una lectio magistralis dedicata al futuro dell'umanità nell'era dell'intelligenza artificiale. È un evento che rappresenta un passaggio molto importante per noi.

**Se potesse dare un solo consiglio a chi vuole costruire un'azienda di successo oggi, quale sarebbe?**

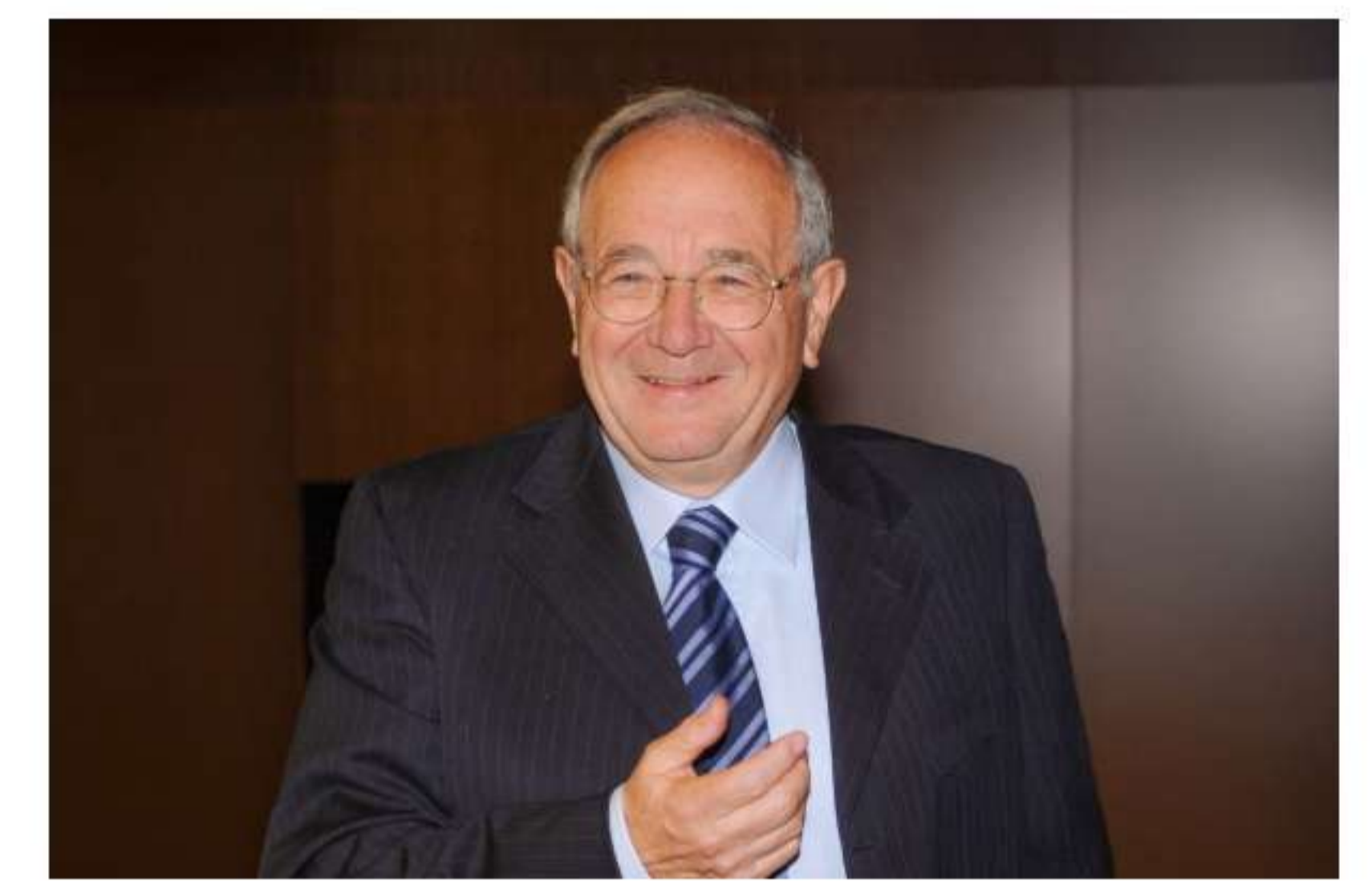
Innamorarsi del problema, non del prodotto. Più grande è il problema che si riesce a risolvere, maggiore è la probabilità che il progetto funzioni. Serve cercare l'innovazione, non l'invenzione, e scegliere un'idea coerente con la propria essenza.



## Leggi anche



La 'Carta' vincente per accelerare la digitalizzazione in azienda è American Express



Recuperare il rapporto tra medico e paziente, intervista a Sandro Spisanti



L'accordo Anduril-Pentagono può riscrivere la storia della Difesa Usa



Matteo Andreini: “Non solo follower. Capire il valore reale delle persone”

## Ultima ora

Iran, Trump: “Possibilità reale di un accordo”  
45 secondi fa

Recuperare il rapporto tra medico e paziente, intervista a Sandro Spisanti  
59 minuti fa

I rischi dell'AI: la ricetta di Larry Fink (BlackRock)  
1 ora fa

L'unione tra Poste e Tim è una manna dal cielo  
3 ore fa

Perché il prezzo dell'oro sta calando  
5 ore fa

Ospedali sempre meno a misura di anziano: reparti pieni e pronto soccorso in affanno  
5 ore fa



FORTUNE ITALIA

N. 2 del 2026

SOMMARIO

ARCHIVIO

EDIZIONE DIGITALE

ABBONATI