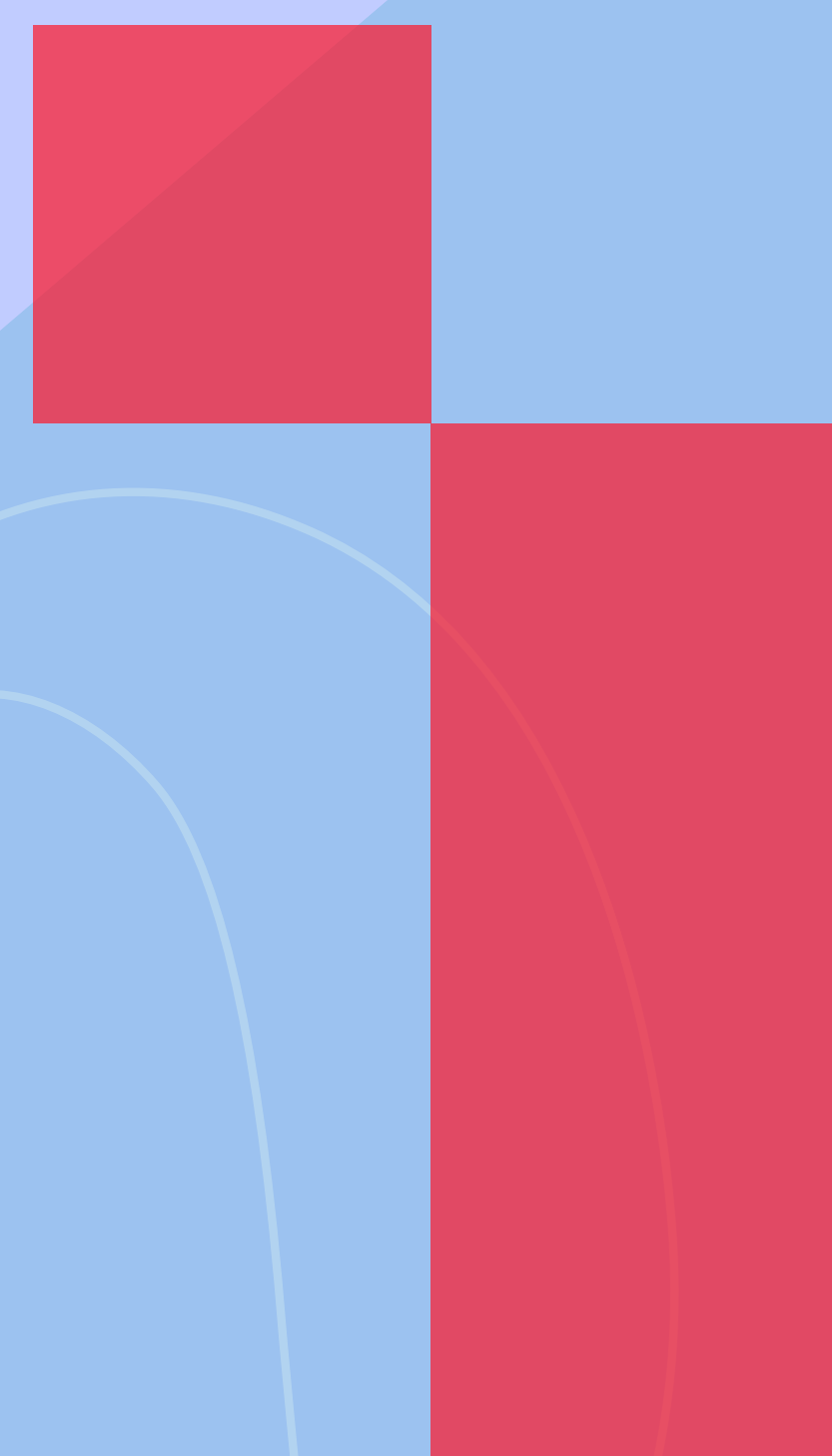
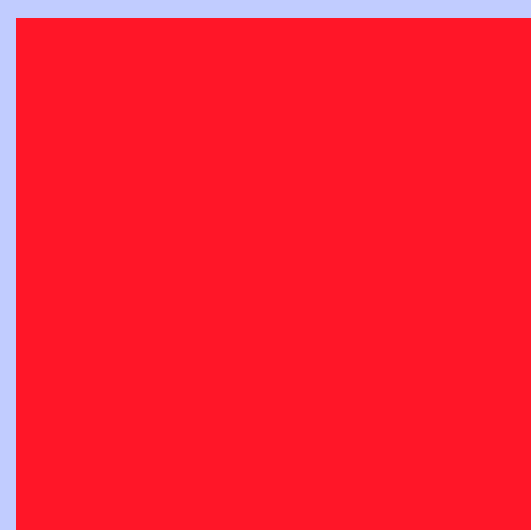


Research Insights **Best Workplaces™ for Women** **2026**



I risultati dell'indagine Trust Index© sulle organizzazioni
Best Workplaces™ for Women

Fiducia, equità e leadership
nell'esperienza di lavoro delle donne





Report

Best Workplaces™ for Women 2026

Indice dei contenuti

Introduzione	p. 1
Più di 80.000 voci per comprendere l'esperienza delle donne	p. 3
Le realtà eccellenti	p. 4
I numeri della fiducia	p. 6
Leadership Index e managerialità al femminile	p. 7
Il confronto tra Best e Norma Italiana	p. 9
I Driver distintivi dei Best Workplaces	p. 10

A cura di:



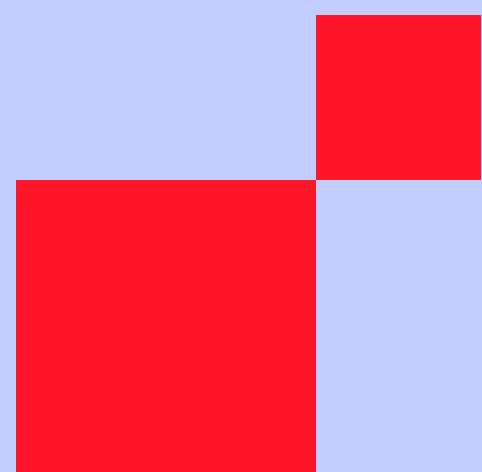
Ricerca e analisi dati:

Alessandro Binaghi
*Research Lead &
Customer Success Manager*



Redazione del report:

Tommaso Boetti
*Marketing & Communication
Specialist*



Perché una classifica dedicata alle **donne**?

Guardare l'esperienza delle donne ci aiuta a capire quanto fiducia ed equità siano davvero diffuse in un'organizzazione

Quando diciamo che un'azienda è un great place to work, non possiamo limitarci a osservare l'esperienza media. Dobbiamo chiederci se quella stessa esperienza sia positiva per tutti, indipendentemente dal genere, dal ruolo o dalla posizione ricoperta.

È da qui che nasce la filosofia **Great Place To Work For All™**. Non sempre le medie aziendali raccontano tutta la verità e le sue sfumature; esperienze diverse possono convivere nella stessa organizzazione. Osservare separatamente il punto di vista delle donne ci permette di cogliere queste differenze e capire meglio come l'organizzazione funziona nella vita di tutti i giorni.

Significa domandarsi se le donne si sentano ascoltate e coinvolte, se riconoscano coerenza nella leadership, se percepiscano imparzialità nelle decisioni e se abbiano l'opportunità di contribuire e vedere riconosciuto il proprio lavoro.



La classifica **Best Workplaces™ for Women** nasce per valorizzare le organizzazioni che stanno costruendo questa esperienza e offrire un riferimento concreto a tutte quelle che vogliono migliorare.

Parlare dell'esperienza delle donne ci aiuta a comprendere il livello di inclusione e qualità che caratterizza un'organizzazione nel suo complesso. Non è un caso che tra le Best Workplaces™ for Women emergano spesso realtà contraddistinte da una leadership equilibrata, in cui donne e uomini sono rappresentati in misura analoga nei ruoli manageriali. Un equilibrio che riflette la capacità dell'organizzazione di offrire opportunità, ascolto e riconoscimento in modo diffuso e trasversale.

La metodologia e gli strumenti di analisi di Great Place To Work®

Come vengono svolte le ricerche di Great Place To Work®?

La metodologia di Great Place to Work® si basa su **oltre 40 anni di ricerche e studi scientifici a livello mondiale**, incentrati sull'esperienza delle persone vissuta all'interno delle organizzazioni. I dati raccolti, ascoltando **le opinioni di milioni di collaboratori in tutto il mondo**, costituiscono il più grande database a disposizione delle aziende per la costruzione dei migliori ambienti di lavoro. Il nostro modello di riferimento mette al centro di ogni processo la persona e deriva dalla definizione di "great place to work" come

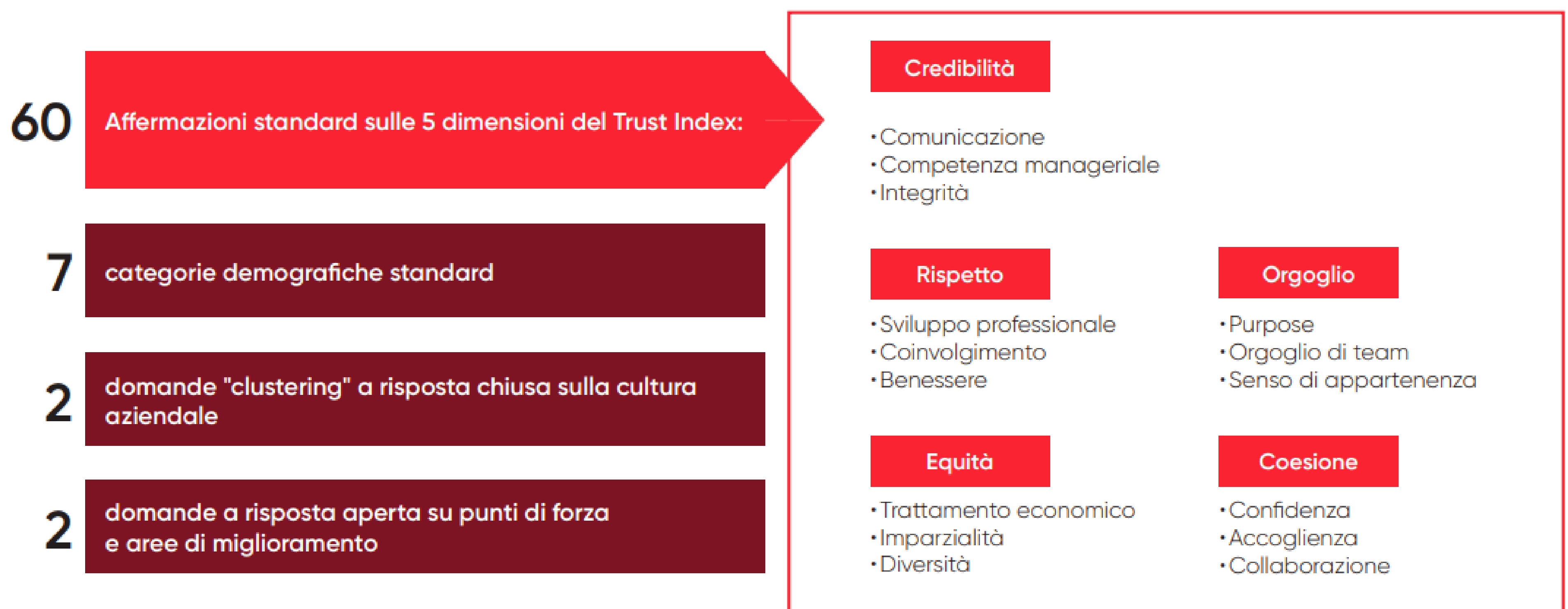
"un ambiente in cui i collaboratori credono nelle persone per cui lavorano, sono orgogliosi di quello che fanno, e stanno bene con le persone con cui lavorano".

Questa definizione chiarisce bene come ciò che contraddistingue gli ambienti di lavoro eccellenti sia la qualità dei rapporti vissuti al suo interno e identifica **3 relazioni fondamentali**:

- **tra collaboratori e manager** (Credibilità, Rispetto, Equità)
- **nei confronti del proprio lavoro e dell'azienda** (Orgoglio)
- **tra colleghi** (Coesione)

L'indagine Trust Index

Il questionario misura l'esperienza dei collaboratori rispetto all'ambiente di lavoro attraverso:



Alla Direzione Risorse Umane, o al management, viene chiesto di compilare due questionari sulle caratteristiche dell'azienda e sulle sue politiche di gestione. Il **Culture Brief™** raccoglie informazioni generali e socio-demografiche; il **Culture Audit™** approfondisce politiche, pratiche e strumenti che compongono la cultura organizzativa valutata dai collaboratori. Cinque domande invitano le aziende a raccontare cosa le rende un great place to work e quali iniziative hanno adottato per sviluppare la propria cultura. Alcune risposte sono state utilizzate nella sezione Best Practices della ricerca.

Più di 80.000 voci per comprendere l'esperienza delle donne

Chi ha partecipato all'indagine Best Workplaces™ for Women 2026

80.987

PARTECIPANTI

persone coinvolte nell'indagine

155

ORGANIZZAZIONI

nel campione

COMPOSIZIONE PER GENERE



47.212

UOMINI • 58%

33.775

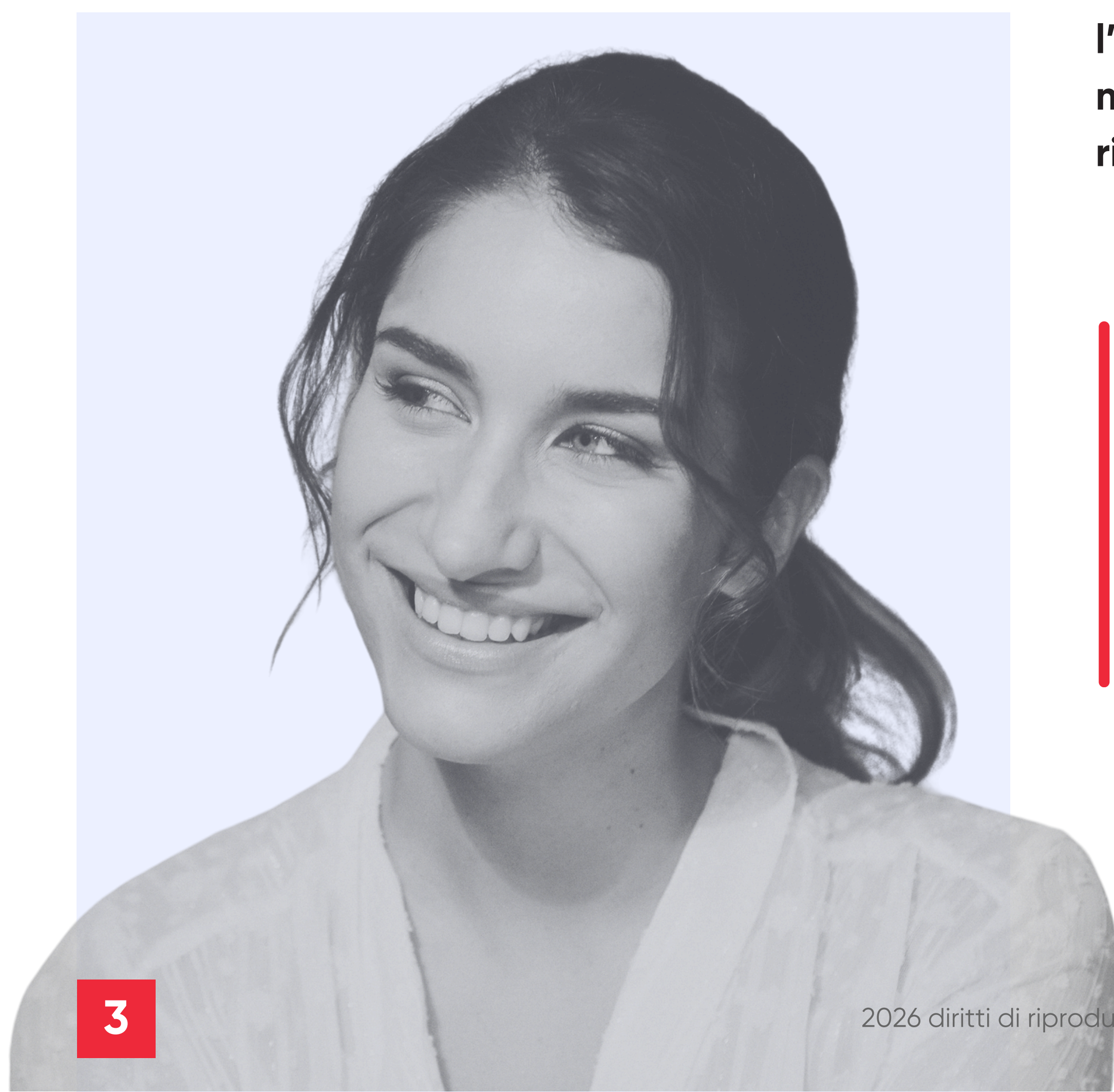
DONNE • 42%

La ricerca raccoglie le opinioni di **80.987 persone** appartenenti a **155 organizzazioni**; si tratta di un campione ampio, che comprende **47.212 uomini** e **33.775 donne, pari rispettivamente al 58% e al 42% dei partecipanti**. Questa distribuzione rende necessario andare oltre il dato aggregato; una valutazione complessivamente positiva può infatti nascondere esperienze differenti all'interno della stessa realtà organizzativa.

Per questo motivo, nelle analisi successive **le risposte di donne e uomini vengono considerate separatamente**. Tale approccio consente di osservare non solo il livello generale di fiducia, ma anche la sua effettiva equità e qualità statistica: quanto l'esperienza lavorativa sia condivisa e dove emergano eventuali distanze nella percezione dell'imparzialità.

L'ampiezza del campione permette di **leggere l'esperienza femminile nel confronto con quella maschile, oltre che con i diversi benchmark della ricerca**.

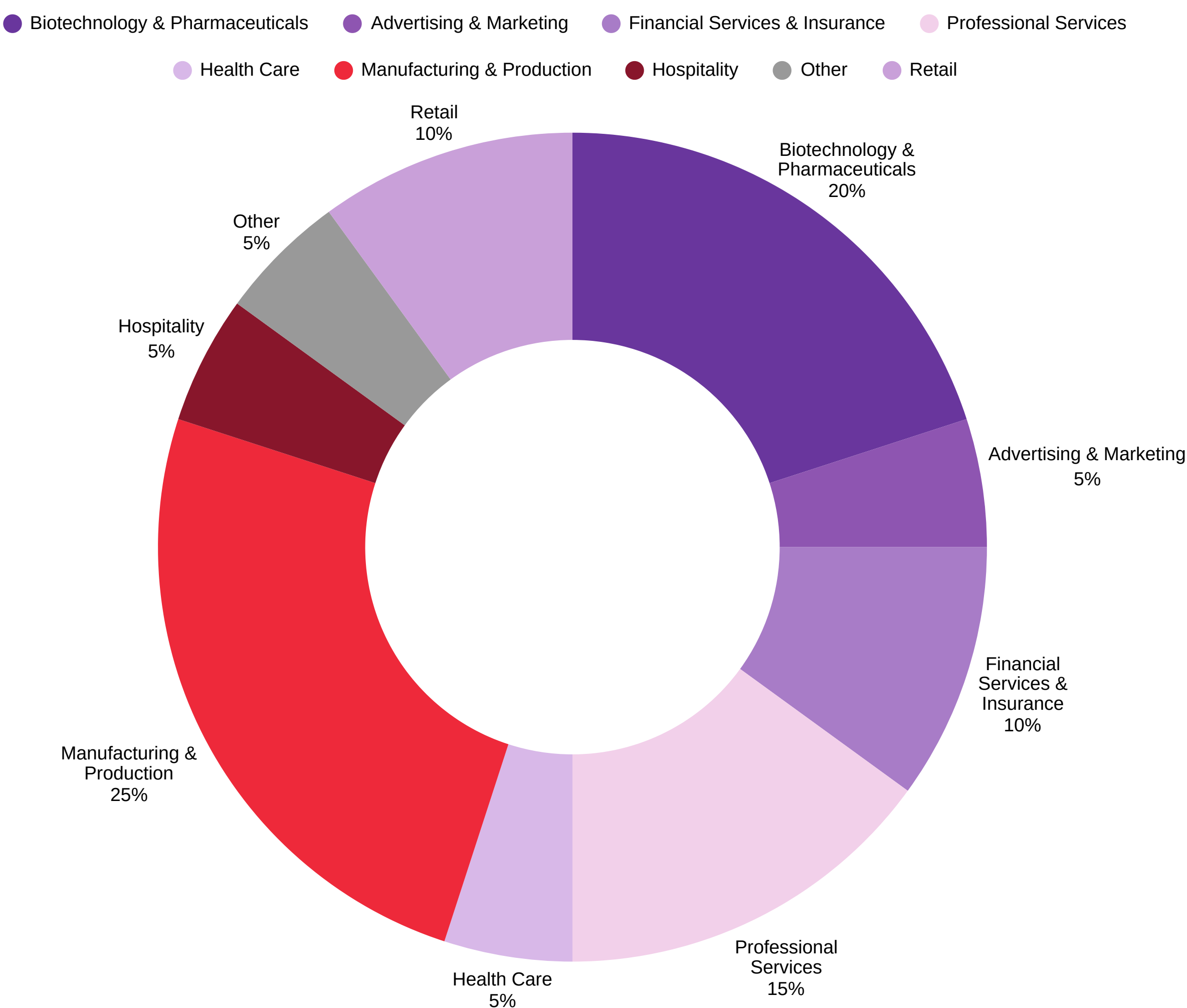
Gli uomini rappresentano il 58% dei partecipanti e le donne il 42%: nelle pagine seguenti il confronto tra le percezioni dei due gruppi viene sempre letto separatamente, per non far scomparire le differenze dietro la media.



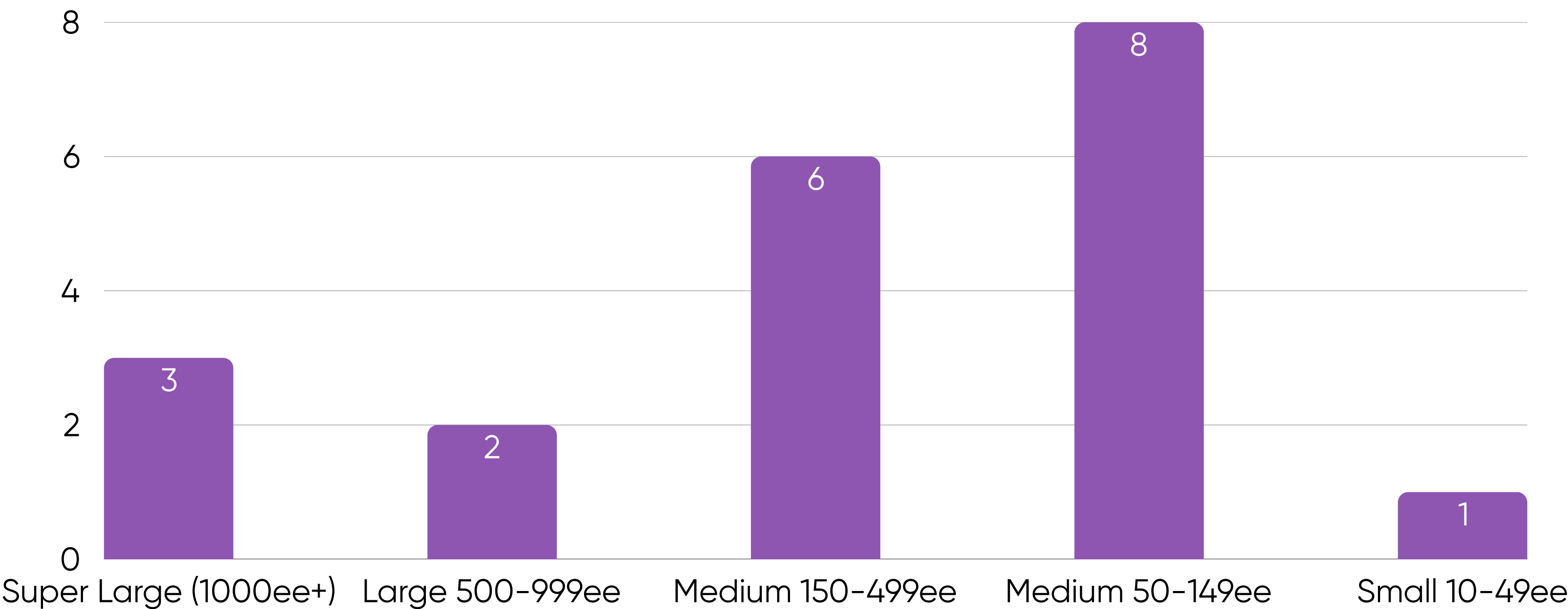
Le realtà eccellenti

La composizione delle organizzazioni premiate, per settore e dimensione aziendale

SETTORI



DIMENSIONE AZIENDALE



Che tipo di organizzazione è un Best Workplace™ for Women? Non esiste una risposta sola. Le 20 organizzazioni premiate hanno profili molto diversi, anche se **il 70% si concentra nelle fasce medie, tra 50 e 499 collaboratori**. Accanto a loro troviamo realtà che vanno da meno di 50 a oltre 1.000 persone.

Anche il panorama settoriale è ampio: nove comparti differenti, guidati da Manufacturing & Production, Biotechnology & Pharmaceuticals e Professional Services. Colpisce soprattutto il peso dei **settori industriali e scientifici**, che insieme rappresentano quasi la metà della classifica. **Non esistono una dimensione o un settore "ideali"**, organizzazioni molto diverse possono costruire un'esperienza positiva per le donne, traducendo equità e inclusione in pratiche concrete e vissute ogni giorno.

La Classifica dei Best Workplaces™ for Women 2026

1	H&H Group	11	Octopus Energy
2	Biogen	12	Arthrex, Inc
3	TP	13	Gruppo Sebach
4	IPSEN	14	E.G.O. Group
5	ConTe.it	15	Karl Storz
6	Reverse SpA	16	Dow
7	AbbVie	17	Vimec Srl
8	Bristol-Myers Squibb	18	Portolano Cavallo Studio Legale
9	Hilton	19	MetLife
10	Catalina	20	KIABI



La classifica premia le 20 organizzazioni certificate Great Place To Work® che si sono distinte per la qualità e l’equità dell’esperienza lavorativa e per la rappresentanza femminile, secondo i criteri descritti nella metodologia.

I numeri della **fiducia**

Best Workplaces, organizzazioni certificate GPTW e Norma Italia* a confronto su tre indicatori chiave.

TRUST INDEX™ FEMMINILE (MASCHILE)

85% (83%)

Best Workplaces for Women

73% (76%)

Organizzazioni certificate GPTW

46% (43%)

Norma Italia

DONNE NEL MANAGEMENT

49%

Best Workplaces for Women

26%

Organizzazioni certificate GPTW

23%

Norma Italia

Partiamo dal dato più evidente: nei Best Workplaces™ for Women la **fiducia delle donne raggiunge l'85%**, ben 12 punti sopra le organizzazioni certificate. E ricordiamoci che, quando parliamo di **organizzazioni certificate** Great Place To Work, **stiamo parlando di aziende in cui il livello di cultura organizzativa è già piuttosto avanzato**, che staccano la media delle aziende italiane su praticamente tutti gli indicatori. Ma la parte più interessante arriva **confrontando l'esperienza femminile con quella maschile**.

In queste aziende, sono le donne a esprimere il livello di fiducia più alto: **85% contro l'83% degli uomini**. Nelle organizzazioni certificate il dato femminile si ferma al 73%, tre punti sotto quello maschile. Insomma, nei contesti premiati non cresce soltanto la fiducia: cambia anche il segno del gender gap.

Il segno più importante arriva però dalla rappresentanza. **Nei Best Workplaces™ le donne occupano il 49% delle posizioni manageriali: praticamente una situazione di parità. Nelle organizzazioni certificate la percentuale è del 26%, maggiore della media italiana ferma al 23% (fonte Manageritalia).**

Naturalmente, questi numeri non bastano per dire che una maggiore presenza femminile nel management produca automaticamente più fiducia. Raccontano però una combinazione difficile da ignorare: **dove le donne hanno più spazio nei ruoli decisionali, tendono anche a vivere più positivamente l'organizzazione.**

La vera differenza, quindi, non sembra essere solo quante donne ci sono, ma quale esperienza riescono concretamente a vivere **e quanto spazio decisionale e di crescita riescono a occupare.**

***Norma Italia:** Indagine campionaria rappresentativa della popolazione italiana lavorativa. Il campione è strutturato per riflettere la distribuzione della popolazione e riporta il risultato medio italiano di Trust Index™.



Leadership Index: il management secondo i collaboratori

Il vantaggio dei Best Workplaces è su tutte le dimensioni della leadership.

Il Leadership Index sintetizza il modo in cui le persone vivono la leadership nel lavoro quotidiano, misura la capacità dei manager di trasformare le competenze dichiarate in comportamenti riconoscibili. In poche parole, si tratta di un indicatore affidabile della qualità della leadership.

Comunicare con chiarezza, offrire supporto, coinvolgere le persone e creare le condizioni perché possano contribuire sono elementi distintivi di tutti i Best Workplaces™; integrare tali pratiche all'interno della propria cultura organizzativa e nei processi quotidiani è ormai un elemento imprescindibile per rimanere rilevanti in mercati sempre più competitivi.

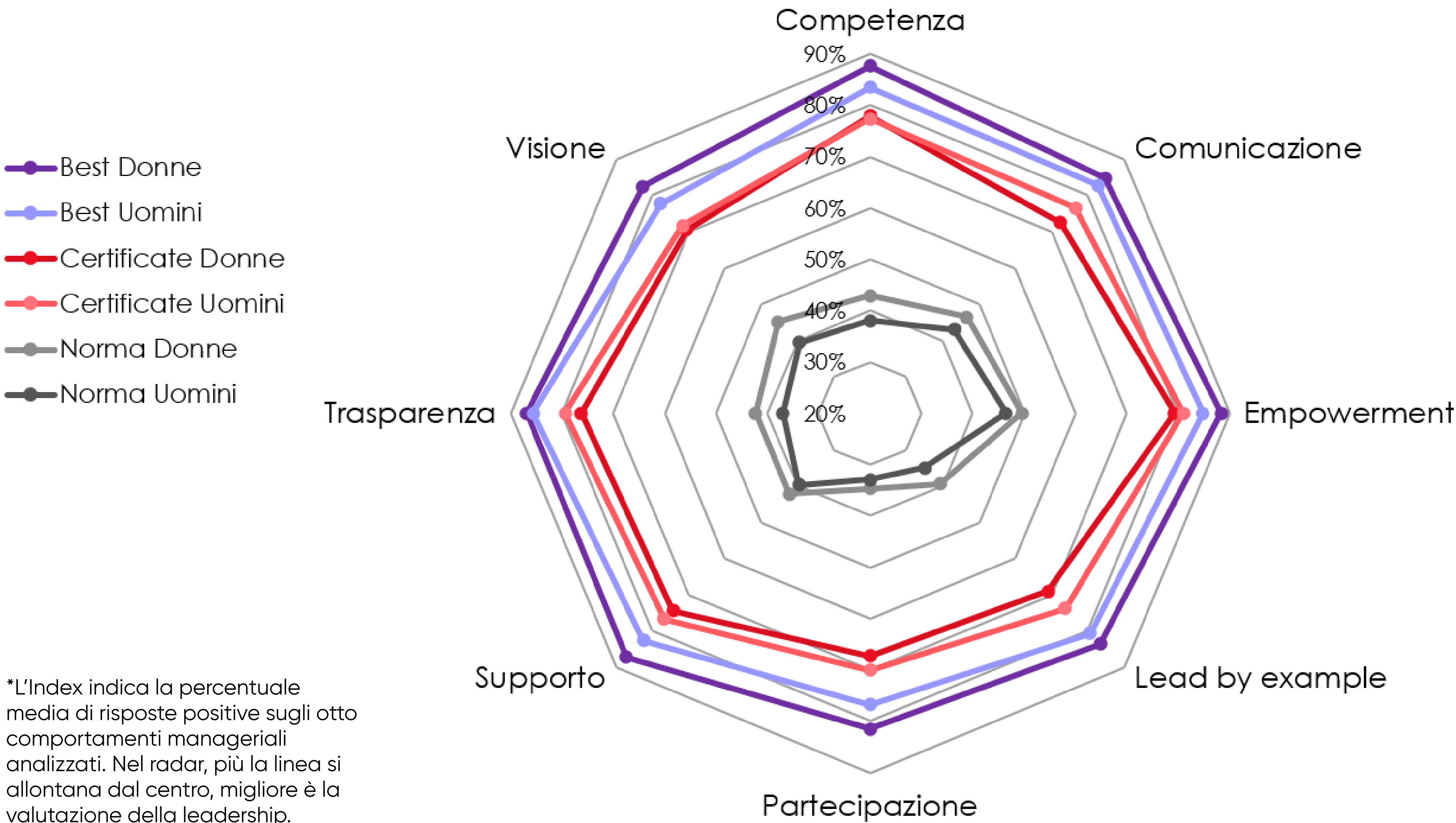
L'indice prende in considerazione **otto dimensioni: competenza, comunicazione, empowerment, esempio, partecipazione, supporto, trasparenza e visione**, che insieme descrivono una leadership capace di generare fiducia.

In sostanza, il Leadership Index risponde a tre domande:

- i manager sanno indicare una direzione chiara?
- Costruiscono relazioni credibili e trasparenti?
- Mettono davvero le persone nelle condizioni di partecipare e agire?

Non misura ciò che la leadership dichiara di fare, ma ciò che le persone percepiscono nella propria esperienza quotidiana.

Una leadership più forte, soprattutto per le donne



Leadership Index™

BWI Women Donne	BWI Women Uomini	Certificate Donne	Certificate Uomini	Norma Italia Donne	Norma Italia Uomini
85%	82%	73%	76%	43%	39%

Nei Best Workplaces™, il Leadership Index™ raggiunge l'85% tra le donne e l'82% tra gli uomini. Rispetto alle organizzazioni certificate, il miglioramento è doppio tra le donne: +12 punti, contro +6 tra gli uomini. Il salto verso l'eccellenza passa quindi dalla **capacità della leadership di raggiungere più efficacemente anche l'esperienza femminile**.

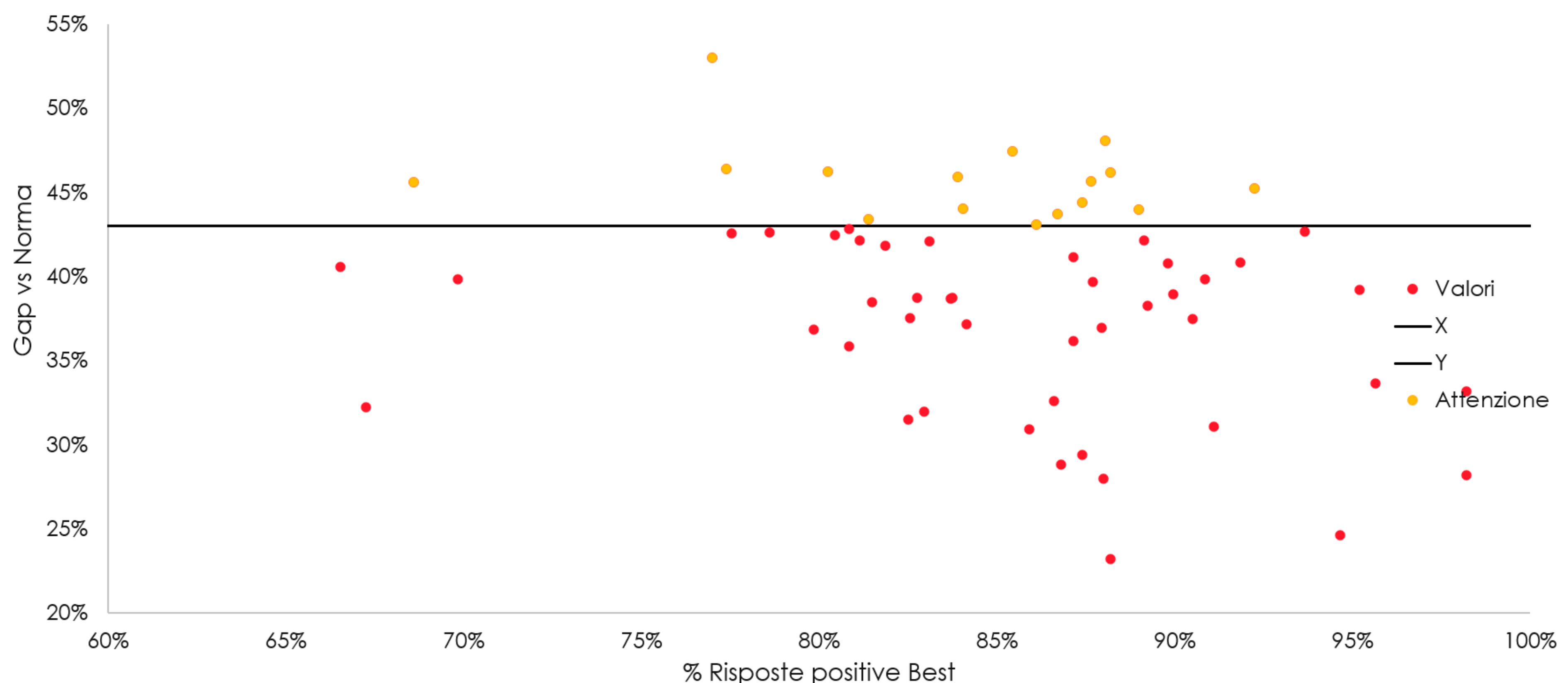
A fare la differenza non sono soprattutto le competenze tecniche. I maggiori vantaggi delle donne dei Best riguardano la capacità dei manager di **guidare con l'esempio** (+15), favorire la **partecipazione** (+14) e offrire **supporto** (+13). La qualità manageriale diventa distintiva quando si traduce in **comportamenti quotidiani, visibili e coerenti**.

Supporto e visione sono anche le dimensioni nelle quali le donne dei Best esprimono il maggiore vantaggio rispetto agli uomini (+5). Per il management, l'indicazione è chiara: **l'attenzione alle persone e la chiarezza** della direzione non sono dimensioni separate, ma condizioni che **devono rafforzarsi reciprocamente**.

La Norma Italia mostra infine che un divario di genere ridotto non equivale necessariamente a un'esperienza positiva. Le organizzazioni devono quindi osservare insieme livello dei risultati e differenze tra gruppi, evitando che le medie nascondano esperienze differenti. **Una leadership è realmente efficace quando la sua qualità è elevata e riconosciuta in modo diffuso**.

Best e Norma Italia: il vantaggio attraverso tutta l'esperienza

Il confronto con la Norma Italia identifica gli aspetti che caratterizzano maggiormente l'esperienza delle donne nei Best Workplaces™.



Ogni punto del grafico rappresenta una delle **60 affermazioni del questionario**. La posizione orizzontale indica la percentuale di risposte positive delle donne nei Best Workplaces™; l'altezza mostra invece il vantaggio rispetto alla popolazione femminile della Norma Italia.

Il quadro è molto netto. Su tutte le 60 affermazioni, **le donne dei Best Workplaces™ esprimono valutazioni più positive rispetto alla media italiana**. Il divario non scende mai sotto i 23 punti percentuali e, sugli aspetti più distintivi, arriva fino a 53 punti. Per gran parte degli item, inoltre, le risposte positive nei Best si collocano tra l'80% e il 92%, un risultato generalmente molto alto.

Per comprendere quali esperienze producano questa distanza, abbiamo selezionato le **16 affermazioni** per cui il vantaggio supera i 43 punti percentuali.

La loro lettura fa emergere due aree complementari, nella prima 9 affermazioni riguardano la qualità delle relazioni e dell'esperienza quotidiana, nella seconda area le altre 7 descrivono la leadership e l'equità delle decisioni.

Le 16 affermazioni sono state quindi ricondotte a 10 driver distintivi, approfonditi nelle pagine successive.

Driver distintivi: la **dimensione relazionale** dell'esperienza lavorativa

Nove delle 16 affermazioni selezionate descrivono un'esperienza costruita attraverso appartenenza, attenzione e supporto.

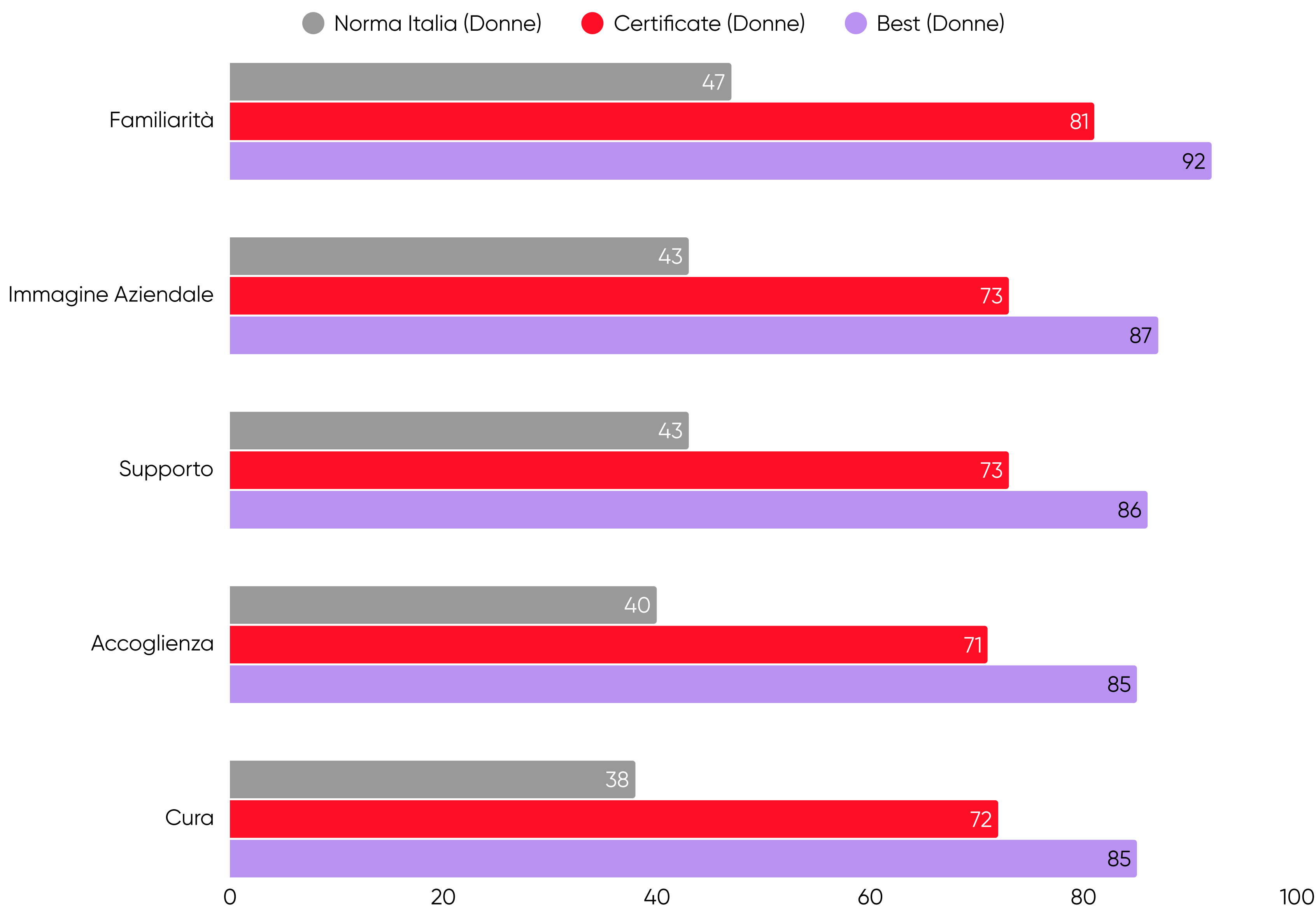
Il primo gruppo di affermazioni confluisce nei cinque driver di **Familiarità, Immagine aziendale, Supporto, Accoglienza e Cura**.

La Familiarità raggiunge il 92%, rispetto all'81% delle organizzazioni certificate e al 47% della Norma Italia. Nei Best, quindi, quasi tutte le donne riconoscono un ambiente nel quale **le persone condividono e possono trascorrere una parte importante e positiva della propria vita**.

Immagine Aziendale, Supporto e Accoglienza, rispettivamente all'87%, all'86% e all'85%, rimandano a esperienze concrete: i responsabili riconoscono il lavoro ben fatto, e creano le condizioni migliori perché i propri collaboratori possano **affrontare i cambiamenti più importanti in un clima piacevole**.

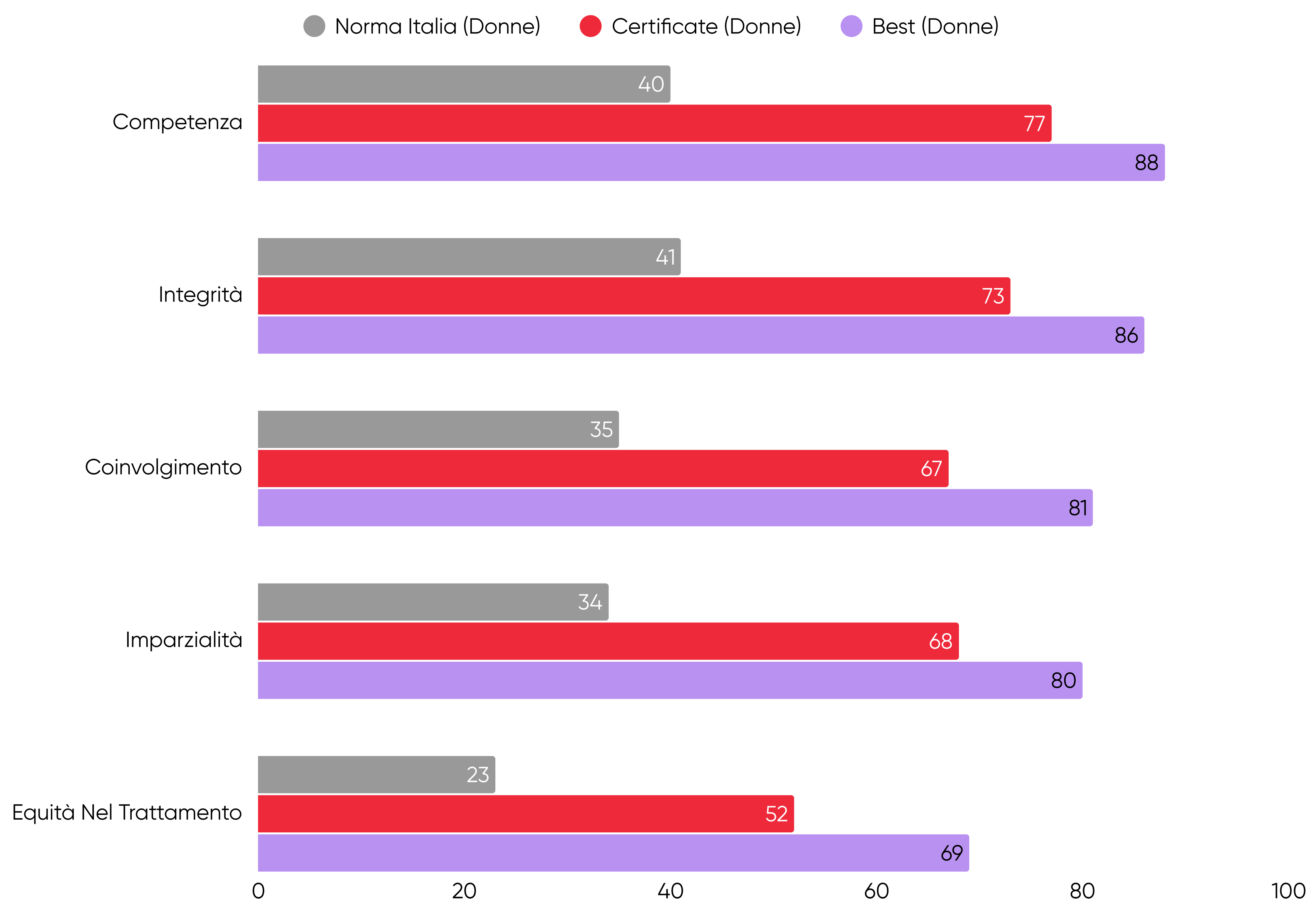
La Cura, all'85% contro il 72% delle certificate e il 38% della Norma Italia, completa il quadro. Comprende l'attenzione dei responsabili alla dimensione personale, l'equilibrio tra lavoro e vita privata, i benefit e la qualità generale degli ambienti di lavoro.

Le donne descrivono così un'esperienza coerente, nella quale **clima, relazioni e pratiche organizzative si rafforzano a vicenda**; si sentono parte di una comunità e apprezzate per le loro competenze professionali, senza dover necessariamente essere costrette a bilanciare vita lavorativa e privata.



Driver distintivi: **leadership ed equità**

Le altre sette affermazioni mostrano come credibilità manageriale e correttezza delle decisioni incidano sull'esperienza delle donne.



La seconda area raccoglie cinque driver: **Competenza, Integrità, Coinvolgimento, Imparzialità** ed **Equità nel trattamento**. Qui l'esperienza femminile si misura nel rapporto con i responsabili e nel modo in cui vengono prese le decisioni.

La Competenza raggiunge l'88%, rispetto al 77% delle organizzazioni certificate e al 40% della Norma Italia. L'evidenza in questo caso è che le donne dei Best riconoscono una maggiore capacità dell'azienda di assumere **persone in sintonia con i valori e la cultura organizzativa**. L'Integrità, all'86%, indica invece **responsabili che mantengono le promesse** e una direzione capace di **rappresentare concretamente i valori dichiarati**.

Anche Coinvolgimento e Imparzialità raggiungono livelli elevati, rispettivamente l'81% e l'80%. Nei Best è quindi molto frequente che le donne si sentano **coinvolte nelle decisioni che riguardano il loro lavoro e tutelate dai favoritismi**.

L'Equità nel trattamento si ferma al 69%. È il risultato più basso anche tra i Best, ma resta superiore di 17 punti alle organizzazioni certificate e di ben 46 punti alla Norma Italia. **L'accesso ai riconoscimenti rappresenta quindi l'ambito più complesso, nel quale anche le realtà eccellenti conservano margini di miglioramento**.

I dati descrivono una leadership credibile quando promesse, valori e decisioni restano coerenti; per le donne, sentirsi ascoltate e accedere alle stesse opportunità di riconoscimento sono componenti centrali della **fiducia**.

Report Best Workplaces™ for Women 2026

**Best
Workplaces™**
for Women

**Great
Place
To
Work®**

ITALIA
2026

**inquadra >
scatta**
diventa anche tu
un great place to work!

**Great
Place
To
Work®**



Ogni anno, da 40 anni, in tutto il mondo, Great Place to Work® analizza, riconosce e certifica le migliori aziende per cui lavorare, supportandole nel miglioramento dell'esperienza lavorativa.

www.greatplacetowork.it



Report Best Workplaces™ for Women 2026



Great Place to Work®

Italia

Viale Andrea Doria, 3

20124 Milano (Italia)

IT_info@greatplacetowork.com

www.greatplacetowork.it