

## Le 10 aziende con la migliore reputazione datoriale nel Nord Ovest: Ferrero al primo posto

2026-09-14 07:00:10 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2026/09/14/migliori-aziende-dove-lavorare-nord-ovest-ferrero/>

**Ferrero, Intesa Sanpaolo Assicurazioni e Lavazza** sono le tre aziende con la migliore reputazione datoriale del **Nord Ovest italiano**, secondo l'**AI Reputation Index (Airi)** realizzato da **Cogit AI** per Forbes Italia. La classifica prende in considerazione dieci aziende con sede legale in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta e restituisce un gruppo piuttosto compatto: tra Ferrero, prima con 92,4 punti, e Ansaldo Energia, decima con 79,3, ci sono 13,1 punti. La **media** è di **86,8 su 100**. La dimensione dell'azienda non è necessariamente determinante. L'indice attribuisce infatti il **25% del punteggio all'Employer Branding** e il **20% al Benessere dei Dipendenti**, mentre Solidità Finanziaria, Sostenibilità e Innovazione pesano ciascuna per il 15% e la Percezione per il restante 10%. Quasi metà della valutazione dipende quindi dalla capacità di attrarre e trattenere le persone.

### La classifica delle aziende del Nord Ovest

Dietro Ferrero si posiziona **Intesa Sanpaolo Assicurazioni**, con **91 punti**, seguita da **Lavazza**, a **90,4**. Quarta è **Costa Crociere** con **87,5**, davanti ad **Avio Aero (87)**, **Reale Mutua (86,7)**, **Cva (85,8)**, **Reply (85,5)**, **Alpitour (82,8)** e **Ansaldo Energia (79,3)**. Ferrero presenta uno dei profili più equilibrati della classifica: raggiunge 96 nell'Employer Branding e nella Solidità Finanziaria, 92 nel Benessere dei Dipendenti e 98 nella Percezione. Nel 2025 il gruppo di Alba aveva inoltre conquistato il primo posto nel Randstad Employer Brand Award con il **68,5% delle preferenze** come datore di lavoro. Il dato trova conferma anche nella ricerca Randstad pubblicata all'epoca. I diversi indicatori mostrano però specializzazioni differenti. **Cva raggiunge 100 nella Sostenibilità**, unico punteggio pieno dell'intera matrice; **Reply 98 nell'Innovazione**, Intesa Sanpaolo Assicurazioni 98 nel Benessere dei Dipendenti, Costa Crociere 97 nell'Employer Branding e Ferrero 98 nella Percezione. Il valore più basso registrato nelle sei dimensioni è comunque 74. Il risultato di Costa trova riscontro anche nel **Potentialpark Ranking Italy 2026**, dove la compagnia si è classificata al primo posto complessivo per la comunicazione digitale rivolta ai talenti e in diverse singole categorie, tra cui Career Website, Applying Online e Social Media.

### Il Piemonte domina la Top 10

Dal punto di vista geografico emerge soprattutto il peso del **Piemonte, che conta sette aziende su dieci**: Ferrero, Intesa Sanpaolo Assicurazioni, Lavazza, Avio Aero, Reale Mutua, Reply e Alpitour. Il loro Airi medio è di 88 punti. La Liguria è rappresentata da Costa Crociere e Ansaldo Energia, con una media di 83,4, mentre la Valle d'Aosta compare con Cva, a 85,8. Proprio Cva è uno dei casi che mostrano come dimensione e reputazione non procedano necessariamente insieme. Il gruppo valdostano contava **952 dipendenti nel 2024** e ha chiuso l'esercizio con un utile netto consolidato di pertinenza del gruppo di **213 milioni di euro**, in crescita del 35%, su ricavi per 1,41 miliardi. I dati sono confermati dal bilancio della società.

### Dal welfare all'innovazione

Il report individua quattro elementi ricorrenti tra le aziende della Top 10: sostenibilità, welfare e flessibilità, innovazione capace di attrarre profili Stem e forza del brand. Le combinazioni cambiano da azienda ad

azienda: Avio Aero, Reply e Ansaldo Energia ottengono punteggi particolarmente elevati nell'Innovazione, mentre Intesa Sanpaolo Assicurazioni e Reale Mutua emergono soprattutto sul Benessere dei Dipendenti. Ansaldo Energia, ultima nella classifica complessiva, raggiunge per esempio **92 punti nell'Innovazione**. Il dato si inserisce nella fase di rilancio del gruppo genovese, tornato all'utile nel 2025 con un risultato netto positivo di 20 milioni di euro e ordini per 2,3 miliardi, in aumento del 24%. Per il 2026 sono inoltre previste 200 nuove assunzioni. L'indice mostra così profili anche molto diversi tra loro: alcune aziende ottengono risultati elevati e relativamente uniformi in tutte le dimensioni, altre compensano valori più bassi con punte particolarmente forti in sostenibilità o innovazione. Il fatturato, da solo, non basta quindi a spiegare la reputazione come datore di lavoro: nell'Airi pesano soprattutto il modo in cui un'azienda viene percepita da chi ci lavora o potrebbe scegliere di farlo e le politiche adottate per attrarre e trattenere talenti.