

# LA SFIDA DELLA REMUNERAZIONE IN ITALIA

**Valentina Salice**

Presidente Centro Studi UNA









Perché  
Perché  
Perché

questo non vale per la comunicazione?

il pensiero non ha più valore?

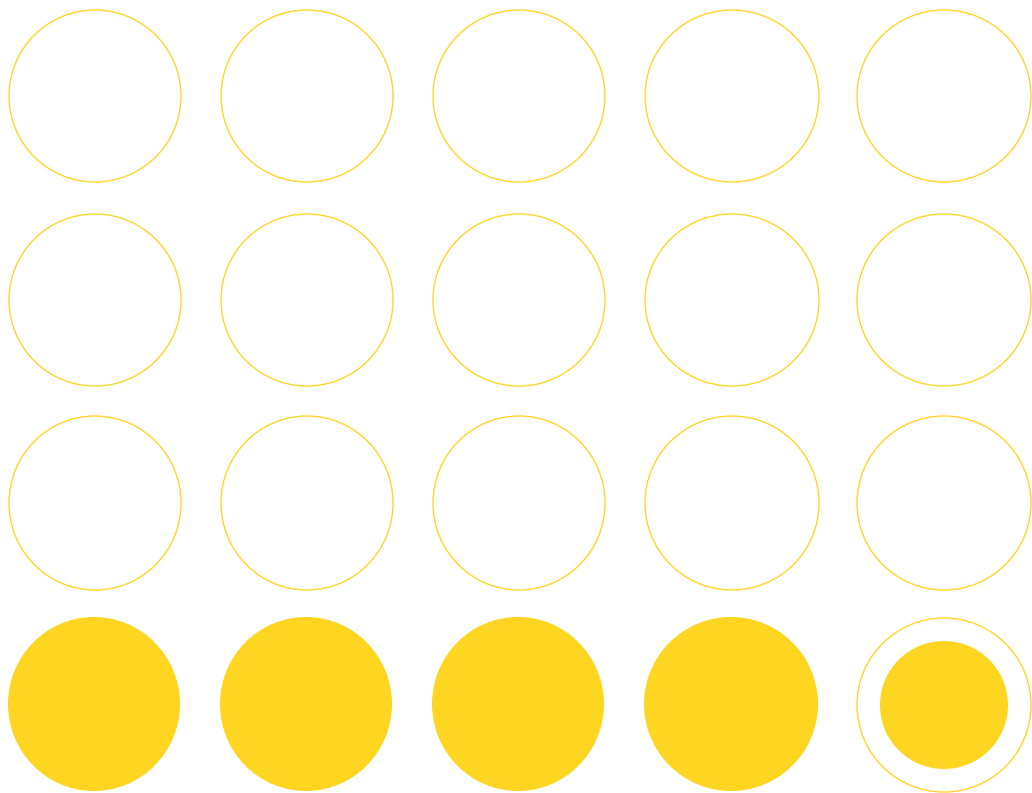
non si parla più di soluzioni?

# La remunerazione delle agenzie

Solo il

# 27%

delle agenzie ritiene di  
ricevere un compenso  
“**equo**” per il lavoro svolto.

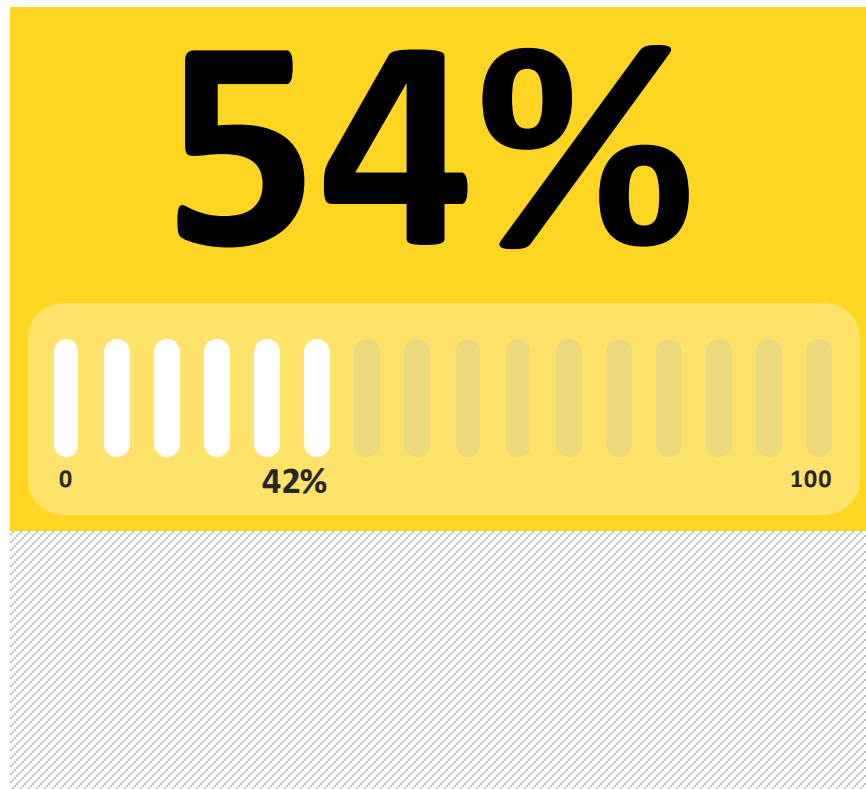


# 67%

Il modello di remunerazione basato sul **costo orario delle persone** , pur sfaccettato in altre forme di contratto, risulta quello prevalente.

Source: (UNA, Settembre 2025)

Il 54% delle agenzie ha già sperimentato **nuovi modelli di remunerazione**, prevalentemente con risultati contrastanti (42%) ma i modelli basati sugli outcome restano minoritari.





Il 57% delle agenzie intervistate ritiene il modello FTE poco o per nulla sostenibile ma difficile da superare: peraltro la **discussione sul pricing è confinata alle gare.**

57%

Le gare richiedono ancora confronti

# like-for-like

perché per gli investitori rappresentano un'occasione di verifica  
dei prezzi di mercato.

Le agenzie ritengono che il **fattore chiave** per sviluppare nuovi modelli di remunerazione sia una chiara condivisione con il cliente del valore generato dall'agenzia.

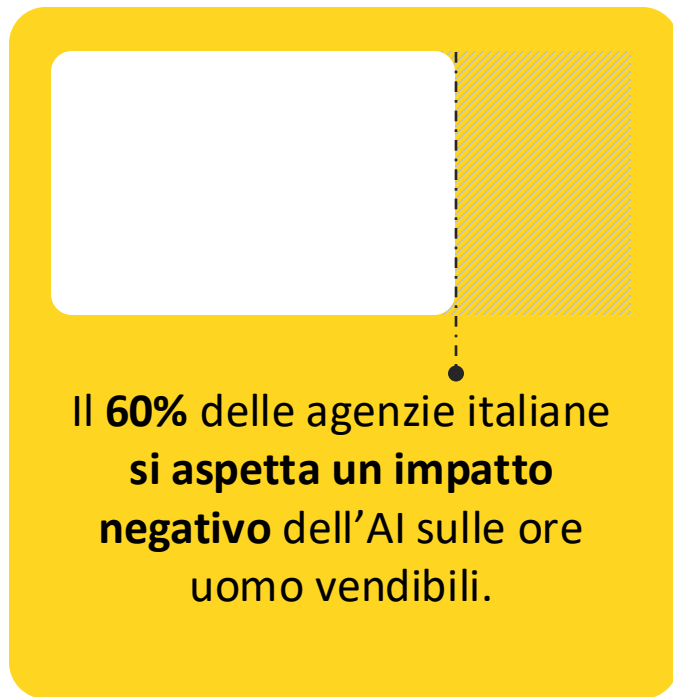


77%

Spesso si ricorre ai modelli esistenti per **paura**  
di perdere business senza riuscire a dedicare tempo e spazio alla  
revisione della propria **strategia di prezzo.**

I **CMO** d'altro canto sono fermamente convinti che  
**spetti alle agenzie** presentare e spiegare in modo proattivo  
metodi di lavoro migliori.

## Il ruolo **ambivalente** dell'AI:



La maggior parte delle  
agenzie ritiene che l'AI  
**rafforzerà la fiducia nei  
modelli di remunerazione  
basati sui risultati**, grazie a  
previsioni più accurate e a  
un collegamento più chiaro  
tra le attività svolte e il loro  
impatto reale.





# GIOCHIAMO



# INSIEME!

*Chi l'ha detto?*

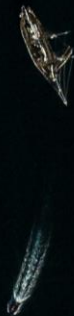
Non si tratta tanto di mettere in discussione il  
costo orario,  
ma di trovare il modo giusto per **dare valore al  
valore** che creiamo.











# GRAZIE