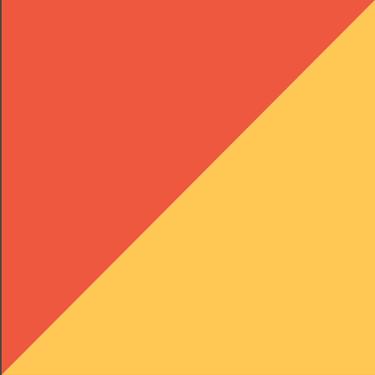
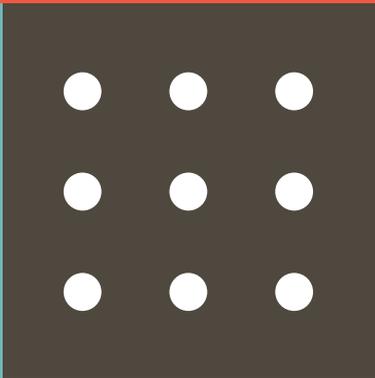
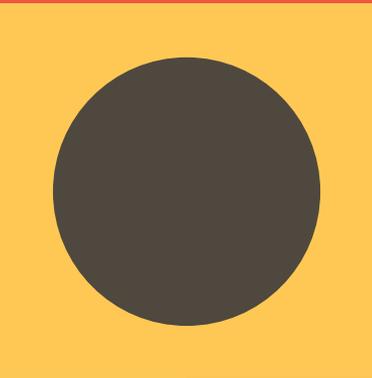


**TAU  
VISUAL**



**DOMANDE FREQUENTI  
IN FOTOGRAFIA  
PROFESSIONALE**



**associazione  
nazionale  
fotografi  
professionisti**  
TAU visual





I volumetti della collezione “vademecum” offrono - in modo MOLTO riassuntivo e panoramico - un piccolo “assaggio” della documentazione realizzata dall'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, per i suoi Soci.

Questo, in specifico, è un volumetto dedicato alle risposte alle domande frequenti che vengono rivolte alla Sede.

Se esistiamo come struttura, e se esiste la possibilità di aiutarsi reciprocamente, è perché un certo numero di Colleghi ha creduto e crede nella collaborazione: nei vantaggi pratici della collaborazione, non in un concetto astratto e fumoso.

## Come Chiedere L'ammissione Come Socio ad Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual

Puoi chiedere che venga valutata la tua ammissione come Socio a tutti gli effetti se sei un Artista, Autore, Fotografo che esercita professionalmente l'attività fotografica e/o di produzione immagini, con una tua definita e corretta configurazione fiscale in quanto artista - autore o fotografo.

**La richiesta di ammissione può essere sottoposta da:**  
**[www.iscriviti.org](http://www.iscriviti.org)**

Tutti i testi di questo volumetto sono coperti dal diritto d'autore. Ne sono proibite la riproduzione, la rielaborazione, il riadattamento, la modifica e l'utilizzo in qualsiasi forma, se non espressamente concordata per iscritto con l'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual.

Alcuni argomenti sono oggetto di presentazioni video a:  
[www.youtube.com/tauvisual](http://www.youtube.com/tauvisual)

© Copyright: Roberto Tomesani  
per Associazione Nazionale Fotografi Professionisti  
TAU Visual – 2019

# Documentazione per il Fotografo Professionista

È disponibile un piccolo arcipelago di mini-siti dell'Associazione, che nascono per offrire risposte snelle e di rapida utilizzabilità a tematiche ricorrenti.

In massima parte, si tratta di risorse disponibili a tutta la comunità fotografica; alcuni servizi sono tuttavia riservati esclusivamente ai Soci.

## **Eccone alcuni:**

Il punto di partenza dal quale è possibile non solo scaricare la versione gratuita in pdf di una documentazione professionale di base e ad una serie di risorse di libero accesso, ma anche accedere (accreditandosi) alla documentazione professionale riservata ai Soci TAU Visual: **[www.documentazione.org](http://www.documentazione.org)**

Indicazioni e riferimenti chiarificatori sul perché le immagini fotografiche reperite come anonime in Rete siano, nella maggior parte dei casi, non utilizzabili liberamente, come molti invece credono: **[www.anonime.org](http://www.anonime.org)**

Indicazioni e riferimenti concreti per superare i “luoghi comuni” sull'utilizzo delle immagini fotografiche sui social network e, in particolar modo, tramite **Facebook**: **[www.foto-social.com](http://www.foto-social.com)**

Una serie di supporti e servizi – riservati ai Soci – per il sollecito gratuito dei crediti nei confronti della loro clientela: **[www.sollecitocrediti.org](http://www.sollecitocrediti.org)**

La raccolta di conferenze ed incontri professionali curate nell'ultimo periodo da TAU Visual. Una parte degli attivi video è pubblica e liberamente accessibile; altra porzione di dati è invece riservata in esclusiva ai Soci TAU Visual. **[www.incontriprofessionali.com](http://www.incontriprofessionali.com)**

Raccolta di risorse – parzialmente a disposizione pubblica – riferite all'utilizzo della fotografia come mezzo espressivo della propria produzione artistica. **[www.artefotografica.org](http://www.artefotografica.org)**

Un'analisi dettagliata e documentata delle condizioni per le quali si possa ipotizzare la natura occasionale di attività fotografiche, ed i parametri che portano

invece alla necessità di configurare professionalmente l'attività. Dal mini-sito è inoltre possibile fare un rapido "test" on-line di analisi della propria situazione:

**[www.occasionalinet.net](http://www.occasionalinet.it)**

Un semplice strumento per proporre la propria candidatura per l'iscrizione come Socio all'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual:

**[www.iscriviti.org](http://www.iscriviti.org)**

Per avere indicazioni spicciole sulla convenienza e fattibilità dell'intraprendere la professione fotografica: **[www.iniziare.org](http://www.iniziare.org)**

Una parziale raccolta degli auguri di Natale fatta dai Soci per gli altri colleghi. Per ricordare come – oltre alle attività di documentazione professionale in senso stretto – sia utile ed importante mantenere anche contatti con gli altri colleghi:

**[www.buoninatali.com](http://www.buoninatali.com)**

Presentazione degli incontri barcamp per specialisti di fotografia di neonati e famiglia; il mini-sito contiene – non pubbliche – le risorse degli atti delle versioni scorse degli incontri Barcamp Newborn, disponibili – a richiesta – esclusivamente per i Soci. **[www.barcamp-newborn.com](http://www.barcamp-newborn.com)**

Mini-sito dedicato a rotazione ad attività ed esperienze di condivisione e collaborazione fra i Soci TAU Visual. **[www.condividere.org](http://www.condividere.org)**

Proposizione e pubblicazione di idee e proposte concrete (o concettuali) per migliorare le condizioni professionali, in vista di una collaborazione fra Ministero dei Beni Culturali ed associazioni fotografiche professionali: **[www.proposte.org](http://www.proposte.org)**

Raccolta di una selezione delle ultime analisi e sondaggi svolte da TAU Visual in relazione alla conduzione dell'attività. I dati sono in parte disponibili al pubblico. **[www.sondaggio.biz](http://www.sondaggio.biz)**

Mini-sito di contatto fra i Soci e la sede dell'Associazione. Molte risorse nascoste sono disponibili esclusivamente agli associati: **[www.solosoci.it](http://www.solosoci.it)**

Punto di partenza della documentazione ed attività del gruppo di specializzazione fra i Soci dedicato alle problematiche di video making; il mini-sito contiene anche la risorsa pubblica del prontuario degli usi e delle tariffe nella produzione video. **[www.videoperatori.org](http://www.videoperatori.org)**

Raccolta della spiegazione e presentazione introduttiva delle risorse assicurative specifiche per i fotografi professionisti, e per le quali esiste convenzione per i

Soci TAU Visual. Dal sito esiste la possibilità di richiedere anche chiarimenti su propri problemi legati a problematiche assicurative. **[www.assicurato.org](http://www.assicurato.org)**

Disponibilità pubblica dei documenti di “protocollo di intesa” fra fotografi ed assistenti, per trovare punti di contatto fra le esigenze dell’una e dell’altra parte, e costruire – in forma libera ma con supporto – un accordo contrattuale su misura, fra assistente e fotografo: **[www.assistenti.eu](http://www.assistenti.eu)**

Un’operazione fra il promozionale ed il divertissement: la creazione e distribuzione in varia forma di cartoline di autoritratti dei Soci: **[www.cartoline.top](http://www.cartoline.top)**

Mini-sito dedicato all’edizione periodica di un incontro fra operatori professionali con ampia esperienza, e fotografi esordienti. **[www.photo-open.com](http://www.photo-open.com)**

Un’iniziativa nata per creare una reale occasione di contatto fra Agenti di rappresentanza e fotografi professionisti: **[www.agente-fotografi.com](http://www.agente-fotografi.com)**

## ALTRI SITI DELL’ASSOCIAZIONE

**[www.italianphotographers.org](http://www.italianphotographers.org)** - Si tratta del nuovo database principale dei Soci.

**[www.fotografi.tv](http://www.fotografi.tv)** - Fotografi.tv è il database “scorso”, attualmente utilizzato solo in quanto “shell” del servizio di [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org) (vedi).

**[www.tariffario.org](http://www.tariffario.org)** - Dopo avere effettuato la registrazione su [www.fotografi.tv](http://www.fotografi.tv) è possibile accedere anche al tariffario on line a [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org). Si tratta di un applicativo molto completo che permette di valutare una stima di tariffa sulla base di parametri specifici che tu stesso inserirai. Poiché utilizza Flash, deve essere consultato servendosi di un computer (non accessibile da dispositivi mobili).

**[www.fotocerimonia.com](http://www.fotocerimonia.com)** - Il Socio che si occupi attivamente di fotografia di matrimonio e cerimonia può registrarsi gratuitamente a [www.fotocerimonia.com](http://www.fotocerimonia.com): un punto di contatto efficace e lineare fra gli sposi che cercano ed i professionisti dell’immagine di cerimonia.

**[www.fotoscuola.it](http://www.fotoscuola.it)** - TAU Visual ha sviluppato una risorsa di contatto fra chi offre formazione fotografica e gli utenti.

**[www.assistenti.org](http://www.assistenti.org)** - Attenzione: questo sito (da utilizzarsi con computer: usa Flash) nasce per disporre di una piattaforma per la ricerca di assistenti, che si auto-propongono. Il database è di migliaia di assistenti, ricercabili per una completa serie di parametri.

## Come ottengo il copyright?

Non si deve fare assolutamente nulla di particolare: non occorre depositare le fotografie, non occorre essere iscritti ad alcun elenco specifico per essere considerati “autori” di un’immagine. Semplicemente, occorre averla fatta.

Per ottenere che l’immagine sia protetta ai sensi della legge 633/41, basta accompagnare la fotografia con il nome e cognome dell’autore e l’anno di produzione (mediante i metadati dell’immagine, per i files).

Se si suppone che l’immagine sia resa disponibile anche oltre i confini nazionali, il nome e cognome va preferibilmente accompagnato dal simbolo internazionale di copyright ©, che è di uso libero.

Tutto il blocco dei diritti connessi si acquista semplicemente per il fatto di aver realizzato la fotografia (art. 6 della Legge). A differenza di altre opere creative, per le immagini fotografiche è del tutto superfluo il deposito di copie dell’opera presso l’Ufficio della proprietà artistica, scientifica e letteraria (art. 105). In pratica, l’autore non deve adempiere a nessuna particolare formalità per essere considerato come titolare dei diritti.

Quando si reputi che potrebbe risultare difficile dimostrare il fatto di essere stati esecutori dell’opera, è una buona cosa procurarsi prove della paternità degli scatti, come ad esempio:

- a) “croppare” di una sottile banda di pixel sui bordi le immagini prima di distribuirle o farle avere al cliente, in modo da detenere un “originale” con maggiori informazioni di immagine di qualsiasi altra successiva copia.
- b) effettuare foto di scena nel caso di set complessi.

## Gli originali delle immagini sono sempre del fotografo?

Va chiarito bene il senso di “proprietà degli originali”.

Sia nel caso di supporti analogici, sia nel caso dei files RAW oppure a risoluzione nativa, ha un senso discutere della “proprietà” degli stessi solo dopo aver chiarito chi detiene il diritto d’uso dell’immagine.

Un esempio per meglio comprendere: quanto è sensato discutere sul possesso di

un mazzo di chiavi? In effetti, l'importante non è determinare la proprietà fisica dell'oggetto "chiave" – che vale pochi centesimi di metallo – quanto appurare chi abbia il diritto di usare la casa che quella chiave apre.

Fuor di metafora: quando il cliente acquisisce tutti i diritti di sfruttamento economico, acquisisce anche quello di detenere la matrice (l'originale) con cui si esercita quel diritto.

Se, invece, il cliente paga solo per un uso temporaneo dell'immagine (come se affittasse un appartamento), la facoltà di detenere i files dura fintanto che dura il diritto acquistato, e con quegli specifici limiti.

Tutti i restanti diritti – che non sono stati ceduti al cliente – restano in capo all'autore.

## **Va pattuita la destinazione d'uso, per le foto commissionate?**

Assolutamente SI. L'indesiderato effetto automatico della legge in caso di immagini eseguite su commissione e per le quali non sia stato previsto uno specifico diritto d'uso è quello di trasferire al cliente tutti i diritti.

Questo effetto paradossoso va evitato semplicemente specificando (in fattura, o/e contratto, o/e accordi informali via email) quali sono le destinazioni d'uso e le durate di utilizzo che vengono concesse al cliente.

Questo perché la legge prevede, all'articolo 88: *Spetta al fotografo il diritto esclusivo di riproduzione, diffusione e spaccio della fotografia (...).*

*Tuttavia, se l'opera è stata ottenuta nel corso e nell'adempimento di un contratto di impiego o di lavoro, entro i limiti dell'oggetto e delle finalità del contratto, il diritto esclusivo compete al datore di lavoro.*

Quindi, poiché il committente acquisisce i diritti di sfruttamento "entro i limiti dell'oggetto e delle finalità del contratto" è importante che tali limiti e finalità vengano descritti dagli accordi.

Assenza di accordo significa: assenza di limiti.

## Quanto dura la protezione del diritto d'autore?

Molto riassuntivamente:

- a) Le fotografie creative (in quanto opere dell'ingegno) vengono protette per 70 anni dopo la data di morte dell'autore.
- b) Le fotografie che non recano traccia di creatività od interpretazione - tecnica o compositiva - restano protette per vent'anni dalla data di produzione o dalla prima pubblicazione.

## Cosa sono le "semplici fotografie"?

Se la fotografia è stata realizzata senza un apporto creativo ed interpretativo, ma solo con adeguata perizia tecnica, si tratta di una semplice fotografia che, come tale, è protetta solo sul piano economico – per 20 anni – e non gode di piena protezione come le opere dell'ingegno.

## Chi decide se una foto è "opera dell'ingegno"?

Non esiste un Ente od un'Autorità preposta a tal scopo.

Occorre trovare un accordo fra le parti (auspicabile in tutte le situazioni) perché, quando proprio non si giungesse ad un accordo, sarebbe compito del Giudice, eventualmente aiutato da periti, discernere fra caso e caso.

Ovviamente, determinare se e quanto un'immagine sia frutto dell'ingegno creativo non è cosa semplice per nessuno; è possibile, comunque, "aiutare" chi dovesse essere chiamato a valutarla tenendo presente, ad esempio, che:

- a) L'uso *corretto* della tecnica di illuminazione non è di per sé un elemento di creatività, mentre lo è l'uso interpretativo della luce. Dunque, l'uso di una gabbia di luce per fotografare un oggetto metallico è semplice perizia tecnica, ma il ricorso a luce leggermente ambrata per rendere l'atmosfera più calda ed intima può essere valutato come creatività.
- b) Il rispetto assoluto di un lay out può offrire materia per svuotare di significato l'apporto creativo del fotografo. Al contrario, il fatto che sia stato il fotografo a dover decidere in merito alla disposizione degli oggetti, pone l'autore nella posizione di chi ha contribuito, grazie al suo "styling", all'efficacia espressiva dell'immagine.

c) Scegliere un punto di vista corretto nell'eseguire una ripresa di reportage non è necessariamente sintomo di creatività; tuttavia, dimostrare di aver fatto ricorso ad una lunga focale per isolare idealmente il soggetto dallo sfondo, o di avere utilizzato il controluce per drammatizzare la scena, o di avere appositamente inserito l'elemento umano per rendere "vivo" il paesaggio, elevano l'operazione tecnica ad operazione compositiva. E così via.

## **E' vero che il nome del fotografo va sempre menzionato?**

Si e no. Sarebbe professionalmente ed eticamente corretto che fosse così, ma un vero obbligo di legge c'è solo nel caso delle fotografie creative (ai sensi articoli 20 e seguenti legge 633/41 e successive modifiche). Se la foto è semplicemente documentativa, e non "creativa", non esiste un vero e proprio obbligo di legge.

E' pero' possibile chiedere - per effetto degli accordi - che il nome venga sempre citato (vedi più avanti).

## **Cosa si può fare per ottenere che venga menzionato il nome?**

Scriverlo, dirlo, scriverlo, ricordarlo, scriverlo, riassumerlo e annotarlo, scrivendolo...

Riportare cioè la dicitura "Fotografia di nome cognome - © tutti i diritti riservati - menzione del nome dell'Autore obbligatoria ai sensi legge 633/41" nelle didascalie, nelle info-file, sul retro delle stampe, sui CD, sul sito web, nei buoni di consegna, sui preventivi ed al piede delle fatture.

Se si ritiene che la menzione del nome dell'autore sia molto importante, è possibile imporla contrattualmente (in questo caso la clausola deve essere sottoscritta dal cliente).

## **Che fare il nome non è stato menzionato (o è stato menzionato in modo erraneo)?**

Tenendo ben presente che l'obbligo di legge alla menzione dell'autore esiste -

eccome - ma solo in relazione a foto creative/interpretative, è tuttavia una buona cosa richiedere sempre la menzione del proprio nome, non foss'altro perché è spesso di difficile distinzione il fatto che la foto sia creativa o meno. Inoltre, il menzionare il nome dell'autore dovrebbe far parte del minimo bagaglio di rispetto del lavoro di chi, come il fotografo, contribuisce in maniera assolutamente determinante alla comunicazione, sia essa giornalistica, sia pubblicitaria.

Quindi: nel caso in cui si sia richiesta la menzione del nome e questa non sia stata fatta, e' utile:

- 1) Telefonare per segnalare l'errore (con tono piu' o meno amichevole a seconda dei rapporti che si hanno con il cliente).
- 2) Inviare una richiesta di errata corrije per email (se in buoni rapporti) o per PEC o raccomandata AR.

## **Cosa posso chiedere come risarcimento?**

Attenzione: se dovuta, la menzione del nome dell'autore rappresenta teoricamente un diritto inalienabile (cioè non cedibile, nemmeno se si sono venduti tutti i diritti economici). Tuttavia, il non rispetto di questo diritto provoca un danno non dimostrabile e non quantificabile, a meno che non venga contrattualmente definita una penale (vedi punto successivo). Per questo motivo, in alcuni casi i giudici si sono espressi per una condanna ad un "risarcimento" in via equitativa: la pubblicazione di un "errata corrije", che - attribuendo correttamente la foto al suo autore, gli possa apportare un vantaggio anche se non comprovabile e non quantificabile (proprio come il danno subito).

Ovviamente, la pubblicazione dell'"errata corrije" è proponibile nel caso di pubblicazioni periodiche o della pubblicazione su un sito. Negli altri casi, si potrebbe chiedere - ad esempio - una lettera di rettifica e l'impegno scritto al rispetto del diritto morale nei lavori futuri.

È tuttavia possibile prevedere contrattualmente una "clausola penale" (vedi punto successivo), e cioè che fissi una penale in caso di mancata citazione del nome dell'autore, se pattuita.

## Si può imporre contrattualmente la menzione del nome dell'autore?

Tenuto conto di quanto scritto negli altri punti, è tuttavia possibile prevedere un obbligo contrattuale - per il cliente - alla menzione del nome dell'autore fotografo. Questo significa che, indipendentemente dal fatto che nel caso specifico sia dovuta per legge la menzione, o meno, è possibile prevederla come parte integrante degli accordi, e quindi imporla contrattualmente.

Attenzione però ai risvolti "diplomatici" di questa richiesta, che deve essere giocata in questi termini solo quando sia sensato farlo, e in modo non arrogante.

Perché questa clausola abbia efficacia anche con le immagini non creative, però, (che non sono protette automaticamente per legge) occorre che il contratto venga firmato dal cliente, e non solo indicato in fattura. Se - poi - si prevede una penale economica in caso di mancata osservanza, occorre che la clausola sia richiamata, e firmata una seconda volta per espressa conoscenza.

Quindi, se si ritiene che la menzione del nome dell'autore sia importante al punto da diventare elemento contrattuale, è possibile prevedere di far firmare una clausola penale come questa:

*"È obbligatoria la corretta attribuzione del copyright, che andrà indicata in questa forma: © photo nome cognome; la mancata menzione del credit comporterà l'addebito del doppio dell'importo esposto in fattura".*

*Per clienti internazionali: "Proper credit, which reads: © photo nome cognome must be displayed. Omission of required notice results in loss to the licensor and will be billed at double the invoiced fee".*

## Le immagini che si trovano in Rete sono liberamente utilizzabili, dato che sono disponibili pubblicamente?

No. È una leggenda metropolitana.

Ciò che si trova in Rete non è liberamente riutilizzabile, a meno che l'autore stesso non abbia espressamente indicato che desidera e permette che ciò avvenga, alle condizioni da lui specificate (e fatti salvi alcuni casi eccezionalmente circoscritti di immagini destinate all'insegnamento).

Sono liberamente riutilizzabili solo quelle opere il cui autore abbia espressamente indicato questa possibilità.

In nessuna legislazione mondiale il riutilizzo delle opere è reso lecito a fronte della semplice pubblicazione in Rete; trovi una raccolta di molta legislazione internazionale sul diritto d'autore a questo nostro link:

[www.tauvisual.com/copyrightlaws/leggi.htm](http://www.tauvisual.com/copyrightlaws/leggi.htm)

## **Le immagini che si trovano su Google sono utilizzabili, poiché liberamente accessibili a livello planetario?**

No. Vedi risposta al punto precedente.

Innanzitutto, “Google” non è né un luogo, né un recipiente di contenuti, ma solo il tramite tecnico a cui si accede a contenuti di terzi.

La ricerca di immagini tramite Google può essere fatta filtrando in origine i risultati sulla base dell'esistenza - o meno - di una licenza “Creative Commons” (o altre simili) che permetta l'uso a specifiche condizioni (fra le quali, comunque, è sempre compresa la menzione del nome dell'autore).

La pagina nella quale Google stesso spiega la cosa è questa:

<https://support.google.com/websearch/answer/29508>

Da qui, invece, è possibile effettuare la ricerca avanzata con filtro sulla licenza d'uso: [www.google.com/advanced\\_image\\_search](http://www.google.com/advanced_image_search)

## **La Legge sul diritto d'autore (legge 633/41) permette l'uso delle immagini se queste sono state pubblicate anonime?**

Falso. O, meglio: mistificato.

Innanzitutto, la legge italiana sul diritto d'autore parla di utilizzabilità delle fotografie i cui esemplari siano stati diffusi “anonimi”, ma solo fintanto che l'autore non si sia rivelato: e viene sempre riconosciuta all'autore questa possibilità.

Ma soprattutto, la legge ipotizza l'anonimato quando gli “esemplari” della fotografia diffusi dall'autore non riportino gli estremi dell'autore stesso; ma “esemplare” è un termine che si riferisce alla copia fisica, cioè alla stampa materiale che l'autore mette in circolazione.

Le duplicazioni in Rete NON sono “esemplari” dell’opera (come lo sarebbero delle stampe), e l’autore ha sempre modo di dimostrare che - in origine - lui ha posto in circolazione “esemplari” accompagnate dal suo nome, ma che ne sono stati privati da successive, volontarie azioni di omissione (come scorporare l’immagine dal contesto che le attribuiva correttamente o - ancora peggio - cancellare i riferimenti contenuti nell’immagine).

Le immagini non vengono mai condivise, in origine, senza un riferimento al loro autore. Se un’immagine non viene riferita ad un autore, nella pressoché totalità dei casi è perché - in malafede - è stato in precedenza reso indisponibile il dato che l’autore aveva accluso.

Divulgativamente, vedi: [www.youtube.com/watch?v=cStIePe9HQY](http://www.youtube.com/watch?v=cStIePe9HQY)

## **Esistono immagini fotografiche liberamente utilizzabili?**

Certamente sì.

L’autore delle immagini è pienamente libero, se lo desidera, di concedere l’utilizzabilità delle sue fotografie.

L’autore potrebbe avere interesse a farlo (attenzione, “potrebbe”: si tratta di una sua eventuale scelta, e non di un automatismo) unicamente se le immagini fossero abbinata ai suoi riferimenti.

Nella normalità dei casi, un fotografo professionista non ha interesse a fare “girare” le sue fotografie, poiché fonda il suo sostentamento sui compensi per la realizzazione e diffusione delle sue immagini.

Ad ogni buon conto, l’Autore che desidera rendere utilizzabili le sue fotografie, per farlo indica esplicitamente questa facoltà, solitamente ricorrendo ad una licenza Creative Commons (vedi il sito globale <https://creativecommons.org/> e, per lo specifico delle immagini, in italiano: <http://www.creativecommons.it/Immagini>).

Le immagini pubblicate con questa esplicita concessione di utilizzabilità sono riutilizzabili, a patto che si menzioni il nome dell’autore (e che si osservino altre eventuali condizioni poste per il loro uso; ad esempio, può essere richiesto che vengano utilizzate senza alterarle, che non vengano usate per scopi commerciali, che vengano condivise con le stesse modalità, eccetera).

Se l'immagine riporta l'indicazione di una licenza CC o similare, è utilizzabile.

Una risorsa di buon livello in questo senso è [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)

Un buono strumento di meta-ricerca immagini free è [www.everypixel.com](http://www.everypixel.com)

Tutte le immagini non accompagnate da una licenza che le renda esplicitamente utilizzabili, sono da considerarsi - di default - come protette da diritto d'autore.

## **Al fotografo professionista faccio un favore, se riutilizzo le sue immagini, dato che faccio "girare" il suo lavoro?**

Falso.

Posso avere piacere nell'offrire la cena ai miei amici, o al mio partner, perché voglio con loro condividere il mio tempo e il mio cibo; ma questo non significa che abbia piacere di trovarmi la casa invasa di persone che, non invitate e di loro spontanea volontà, decidono di mangiare quello che c'è nel mio frigo, o - di loro iniziativa - di farsi pagare da me il conto al ristorante.

Fuori di metafora: al fotografo professionista può in alcuni casi fare piacere condividere alcune immagini (quelle che lui sceglie) attraverso specifici canali (quelli che lui sceglie) o per interlocutori particolari (che lui individua fra i suoi possibili clienti). Ma a nessun fotografo si fa un favore se si prelevano sue immagini e li si riutilizza senza il suo consenso. Mai.

Non è un favore, non è un "omaggio": è un segno di non considerazione e disprezzo del valore del suo lavoro.

## ***I Soci di TAU Visual possono essere aiutati dalla Sede dell'Associazione nel contestare gli utilizzi indebiti delle loro immagini?***

Vero. Vedi a: [www.solosoci.it/illeciti.php](http://www.solosoci.it/illeciti.php)

## **Devo avere un'autorizzazione scritta per pubblicare un'immagine di ritratto?**

La Legge (articolo 96 legge 633/41) recita testualmente: *Il ritratto di una persona*

*non può essere esposto, riprodotto o messo in commercio senza il consenso di questa.*

E' quindi vero che – per soggetti e situazioni che non ricadano nelle casistiche descritte più avanti - occorre avere il consenso alla pubblicazione. La legge, tuttavia, non richiede necessariamente la forma scritta (cioè la liberatoria firmata), ma semplicemente l'esistenza del consenso.

Viene usata normalmente la forma scritta (liberatoria) perché permette di provare l'esistenza di questo consenso, che altrimenti resterebbe incerto.

Va però rilevato che una diversa modalità che permetta di avere la prova dell'assenso è altrettanto valida.

Ad esempio, un modo semplice ed efficace per raccogliere il consenso è quello di effettuare una ripresa video ed audio a mo' di intervista della persona ritratta – anche con un semplice device mobile – nella quale si enunci esplicitamente che si stanno facendo delle riprese destinate alla pubblicazione, specificando di quali pubblicazioni si tratti e chiedendo espressamente il consenso.

Tolti i casi che chiedono – per loro natura – di rispettare la forma, per la normale prassi professionale è altrettanto efficace – e psicologicamente meno scostante – una breve ripresa video fatta con uno smartphone, in cui si chiede l'assenso alla persona ritratta, e nella quale questi risponde positivamente.

## **E' vero che si può pubblicare il ritratto di un personaggio famoso senza chiedere autorizzazione?**

Sì, a patto che si tratti di personaggio famoso, pubblicato nell'ambito della sfera della sua notorietà, e con fini prevalenti di informazione.

Il motivo dell'esistenza di questa norma è il garantire la non divulgazione dell'effigie (il volto) di chi abbia una sua intimità che desidera proteggere. I soggetti che non hanno più questa "intimità" perché divenuti noti ai più, non possono opporsi perché non ha senso invocare la protezione di un qualcosa che non esiste più.

La pubblicazione deve avvenire prevalentemente a fini informativi e di cronaca.

La Cassazione ha tuttavia evidenziato come questa norma possa ritenersi valida solo se la "notorietà" della persona in oggetto è riferita al contesto dove avviene

la pubblicazione. Per meglio spiegarsi: il direttore generale di una S.p.A. potrà essere considerato personaggio “pubblico” all’interno della sua ditta, ma non necessariamente all’esterno di questa. Così, il ritratto di questo personaggio sarà di esposizione libera all’interno dei corridoi della fabbrica, o sulle pagine della rivista aziendale; tuttavia, non altrettanto sarà per una pubblicazione su di un quotidiano a tiratura nazionale, a meno che il personaggio non sia stato soggetto di un qualche avvenimento che coinvolga l’interesse pubblico, divenendo, così, personaggio pubblico.

Inoltre, come già accennato, sempre la Cassazione evidenzia come il prevalente fine di lucro annulli questa concessione; dunque, pubblicare il volto di un personaggio politico su di una rivista è lecito, mentre non lo è la pubblicazione - ad esempio - su dei portamatite.

## **E' vero che si possono pubblicare liberamente foto che ritraggono persone se sono state fatte in pubblico?**

Se l’immagine della persona compare all’interno di un’immagine raffigurante fatti svoltisi pubblicamente o di interesse pubblico, ed il volto della persona non è isolato dal contesto.

Questo è un aspetto importante.

La foto è pubblicabile se il personaggio riconoscibile non è determinante all’economia della foto.

Non ha importanza che la foto sia stata *realizzata* in un luogo pubblico o durante un evento; l’importante è che si tratti di un’immagine del luogo pubblico o dell’evento, nella quale alcune persone possono essere incidentalmente riconoscibili.

Una prova empirica per capire se si è dinnanzi ad un caso di libera pubblicabilità o meno: provare ad immaginare di eliminare dalla fotografia in questione la figura umana di cui ci si chiede se l’effigie sia pubblicabile o meno. Se l’impianto logico e visivo della foto si mantiene, questo significa che la fotografia rappresenta un luogo od un avvenimento, e che non si incentra sulla persona (che è quindi pubblicabile). Si tratta infatti di un’immagine di un luogo pubblico (e non semplicemente scattata in un luogo pubblico)

Viceversa, se l'immagine "crollasse" nel momento in cui si eliminasse la figura umana, questo significherebbe che la fotografia si poggia concettualmente su quella persona; in questo caso, se il volto è riconoscibile, non lo si può pubblicare in assenza dell'autorizzazione della persona ritratta.

## **Ci sono altri casi in cui posso pubblicare liberamente immagini che ritraggono persone?**

Se la pubblicazione avviene a scopi scientifici o didattici. E il caso, ad esempio, dei trattati medici, o di patologia, o di antropologia.

Ovviamente, dato che l'immagine non deve essere lesiva della dignità della persona ritratta, anche in questo caso la persona può opporsi, o richiedere la non riconoscibilità del volto.

Se la pubblicazione è motivata da fini di giustizia o polizia. Ecco come immagini di cittadini non pubblici, divengono lecitamente pubblicabili.

Se la persona ritratta era sconosciuta fino al momento in cui un avvenimento particolare lo ho portato all'attenzione pubblica, rendendo il personaggio "noto" per effetto di quello stesso avvenimento che suggerisce la pubblicazione dell'immagine.

## **Perché in molti casi non viene raccolto l'assenso anche se si dovrebbe?**

Perché è sufficiente che esista l'assenso. La liberatoria è solo la prova dell'esistenza di questo assenso.

Grazie al cielo, i rapporti fra le persone sono regolati innanzitutto dall'accordo interpersonale e, solo se non ci si trova d'accordo, dalle norme di legge *di default*, cioè che regolano il rapporto civile nei casi in cui, appunto, manchi (*default*) un accordo fra le parti.

Per questo motivo, sono frequenti i casi in cui i ritratti vengono pubblicati ritratti anche senza l'esistenza di una liberatoria, che ha un senso quando c'è un motivo per procurarsi una prova concreta – e durevole nel tempo – del fatto che la persona fotografata fosse acconsenziente a rendere poi pubblica la sua immagine.

Appellarsi in modo acritico alla legge significherebbe comportarsi ignorando che esiste un mondo di relazioni che si fonda sui rapporti umani, e non sulle leggi.

In buona sostanza: nei rapporti amichevoli e quotidiani, è sensato sincerarsi che le persone ritratte non abbiano nulla in contrario alla pubblicazione, per rispetto nei loro confronti.

Quando, invece, si è dinnanzi ad utilizzi molto diffusivi, o con implicazioni professionali, oppure che coinvolgono interessi di terzi, o con personaggi che potrebbero cambiare atteggiamento, allora si passa a procurarsi la prova dell'esistenza del consenso: appunto, una liberatoria firmata, o una registrazione in cui il soggetto esplicitamente approva l'ipotesi di pubblicazione.

## **A quale sanzione vado incontro se pubblico ritratti senza avere liberatoria?**

Non esiste una “sanzione” predefinita, come fosse una multa. Si viene considerati responsabili degli eventuali danni direttamente causati dall'inosservanza della norma.

In pratica, se il pubblicare senza assenso un ritratto provoca danni (comprovabili) o perdite alla persona ritratta, chi ha effettuato la pubblicazione illecita viene ritenuto responsabile di ciò che è direttamente derivato da questa inosservanza.

Questa situazione apre una pericolosa eventualità: è come se non esistesse limite alla responsabilità che ne discende.

In ogni caso, non bisogna mai soccombere alle richieste infondate: occorre che si provi sia l'esistenza reale del danno, sia che se ne giustifichi la consistenza, sia che esista diretta correlazione fra la pubblicazione e i problemi che si lamentano.

Spesso, la sola richiesta che ha un reale senso è l'equivalente del mancato compenso come modello/a: i presunti danni morali sono a volte richieste avanzate per “provarci”, al limite del temerario (cioè dell'azione portata avanti in malafede).

## **Quali leggi devo menzionare quando chiedo la liberatoria?**

Il riferimento è l'articolo 96 della legge 633/41, ma infarcire gli accordi di riferimenti alle leggi è cosa superflua.

Che gli accordi siano chiari e trasparenti per entrambe le parti è cosa importante; anzi: fondante. Ma che siano strabordanti di riferimenti e richiami – anche se sensati – a delle leggi dello Stato, rappresenta più un malcostume tutto italiano, che una vera attenzione fra le parti.

Di fatto, le Leggi si applicano non in virtù del fatto che vengono “evocate” come degli spiriti dal testo dell'accordo, ma per il fatto che si tratti di Leggi in vigore.

Se una legge è in vigore, si applica, indipendentemente dal fatto che venga richiamata o meno. Se non è in vigore, non si applica. Punto.

Per “chiarire” i termini può anche essere utile, in qualche rarissimo caso, un esplicito riferimento di legge; ma nella maggior parte dei casi, ciò che è realmente utile è la correttezza e la chiarezza dei termini dell'accordo, senza il fumo negli occhi dei pretesi richiami alla legge.

*... Ma allora – ci chiederai – perché molti dei modelli di liberatorie che voi stessi proponete contengono i riferimenti di legge?*

E' presto detto: perché ci vengono richiesti, giacché, appunto, la nostra italica “cultura” li apprezza.

Ma ci piace instillare il dubbio in chi, come te, ama andare a fondo degli argomenti.

## **E' vero che se il soggetto guarda verso l'obiettivo, non ho bisogno dell'autorizzazione?**

E' falso. Se il soggetto guarda “in macchina”, il suo comportamento può significare assenso all'esecuzione della ripresa, ma non – conseguentemente – anche assenso alla pubblicazione.

## **Sui social network queste regole hanno valore?**

Finché si va d'accordo, sui social si applicano, di fatto, la netiquette e le regole

del social stesso. Quando si viene ai ferri corti e si litiga, le Leggi dello stato hanno – ovviamente – valore anche in relazione a quel che avviene sui social.

I social network non sono “zone franche” dalle leggi. Le leggi dello Stato si applicano anche in quel caso. I social network, tuttavia, vengono usati per incanalare rapporti interpersonali e, come accennato qualche paragrafo più sopra, i rapporti interpersonali si basano primariamente sulle convenzioni amichevoli e si “spostano” sulle norme di legge solo in caso di assenza di accordo.

Approfondimenti al rapporto fra fotografia a social li trovi al minisito [www.foto-social.com](http://www.foto-social.com) – per le questioni legate alla privacy, vedi [www.foto-privacy.com](http://www.foto-privacy.com)

## Si può fotografare nei Musei e simili?

La legge di riferimento è il Codice dei beni culturali e del paesaggio, cioè il Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (in vigore dal 1 maggio 2004 - modificato luglio 2014)

Eseguire riprese fotografiche professionali di Beni culturali di proprietà dello Stato e/o che siano stati dichiarati di interesse culturale è un'operazione che - se eseguita con finalità e modalità professionali - richiede il rilascio di un'esplicita autorizzazione, e spesso (vedi più avanti) il pagamento di alcuni “canoni”. Questa limitazione, comunque, è relativa unicamente ai beni che siano di proprietà dello Stato, o comunque siano in consegna al Ministero dei Beni Culturali, alle Regioni, Soprintendenze e ad altri enti pubblici territoriali in quanto dichiarati di interesse culturale, e quindi ricadano nel disposto della relativa legge.

Quando il bene è una proprietà privata che NON sia stata dichiarata di interesse culturale, la disponibilità ad eseguire le riprese resta a discrezione del “padrone” del bene.

Fino al 2014 di fatto c'era un incerto sulla possibilità di effettuare liberamente riprese amatoriali.

Con il DL 83/2014, art.12, punti 3 e 3 bis, convertito in legge da legge 106/2014, che ha integrato l'articolo 108 del Codice dei beni Culturali, sono divenute libere le riprese amatoriali, senza fine di lucro ed eseguite senza l'uso di mezzi che possano danneggiare le opere (luci artificiali o flash) e senza l'uso del cavalletto.

### **Nel concreto:**

**a)** Le riprese AMATORIALI di musei o comunque di beni che ricadano nel Codice dei beni culturali e del paesaggio sono state assoggettate ad autorizzazione dal 2004 al 2014; dal 2014 in poi, a patto che si tratti di riprese eseguite con finalità e modalità non professionali, sono libere, ai sensi dell'articolo 108 del Codice dei Beni Culturali (come - appunto - modificato dal DL 83/2014)

Nel concreto della vita quotidiana, questo significa che le riprese da turista dovrebbero essere sempre lasciate eseguire (senza flash e cavalletto), ed anche condivise in rete (purché in modo da non permetterne lo sfruttamento economico).

A tutt'oggi, si verificano però casi di proibizione, semplicemente nati con il tentativo di difendere gli interessi economici di una concessione di vendita di stampe, poster e cartoline.

(attenzione: è invece lecito che tale proibizione venga posta in essere all'interno di strutture private).

**b)** Le riprese PROFESSIONALI (su commissione o fatte di propria iniziativa) erano in precedenza e tutt'ora sono soggette alla necessità di un'autorizzazione da parte del Capo dell'Istituto a cui il bene è in custodia. L'unica differenza rispetto al passato è che un tempo veniva applicato il tariffario standard allegato alla "Legge Ronchey", mentre ora l'articolo 108 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 attribuisce al "capo" di ogni singola struttura la facoltà di determinare il prezzo di concessione, anche basandosi sul tipo e la durata delle riprese, sulle caratteristiche dei soggetti e soprattutto sulle possibilità di guadagno che queste offrono.

## **Quali sono i Beni culturali con vincoli alla ripresa?**

Puoi fare una ricerca sul database dei Beni culturali assoggettati a vincoli partendo dall'apposito sito:

<http://vincoliinrete.beniculturali.it/VincoliInRete/vir/bene/ricercabeni>

## **Nel caso delle riprese in location per matrimonio e moda?**

Un caso specifico va poi considerato per le autorizzazioni per le riprese fo-

to-video in caso di servizi matrimoniali, la cui regolamentazione è chiarita dalla Circolare Ministeriale n. 147 del 18 dicembre 2002 (protocollo 81425). Questa circolare, pur essendo datata e rifacendosi al Testo Unico del 1999, specifica che le autorizzazioni possono essere concesse (c'era chi temeva che non fosse più possibile usare tali location) dietro pagamento di un corrispettivo forfettario determinato dal Capo dell'istituto.

## Cosa intendiamo per “opera artistica fotografica”?

Premesso che il vastissimo discorso epistemologico sul concetto di “arte” nel suo insieme esula dall'intento di queste brevi note, definiamo ora - per sola comodità e chiarezza espositiva - cosa convenzionalmente intendiamo in questa sede per “opera artistica fotografica”, e cioè:

in questo vademecum, ci riferiamo ad una riproduzione effettuata su supporto fisico, esistente:

- a) in un unico esemplare (opera unica, o monotipo) oppure:
- b) in una serie definita, numerata e firmata dall'autore (edizione limitata), fino a 30 esemplari; oppure:
- c) in una serie o più serie definite, numerate e firmate, ma in un numero totale più elevato di 30 esemplari (multiplo d'arte).

**NON consideriamo**, in queste note in risposta alle FAQ, il caso dell'immagine artistica non destinata ad essere tramutata in un oggetto materiale, come le immagini nella loro forma digitale o comunque **destinate ad essere pubblicate o diffuse in numero indefinito di esemplari**.

La diffusione di un'immagine in qualità di “non oggetto fisico” coincide con la concessione dei “diritti di utilizzo” della foto, che rappresentano un aspetto completamente differente da quello che stiamo analizzando qui.

Per quanto attiene gli aspetti legati al calcolo dei diritti di utilizzo in questa seconda accezione, si fa rimando alla documentazione ed alle funzionalità reperibili al sito [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org)

## A cosa serve la “certificazione” di un’opera fotografica?

Il collezionista/estimatore/investitore che acquista un’opera artistica fotografica soddisfa un’esigenza molto composita, spesso anche complessa: possedere un’opera che possa apprezzare, che ami, in cui riconoscere il suo stesso sentire ed il suo proprio patrimonio culturale; ma anche, entrare in possesso di un oggetto che amerà possedere e, spesso, collezionare; ancora, collezionare “il bello” non solo appaga un desiderio estetico e di conferma del proprio esistere, ma anche un fondato progetto di investimento economico.

Ognuno di questi aspetti, ma specialmente quelli legati al collezionismo ed all’investimento, vivono basilamente poggiando sul pilastro di: **unicità ed esclusività.**

Il fatto che l’opera sia unica al mondo o, comunque, disponibile in un numero limitato di esemplari aggiunge di per se stesso valore, sia concettuale che economico.

Quanto minore è la disponibilità di un bene desiderabile, tanto maggiore è il valore che acquista.

Ecco quindi la necessità di garantire in modo riconoscibile e riconosciuto quale sia l’effettiva disponibilità dell’opera che proponiamo.

Benché sia possibilissimo produrre “opere uniche” anche in fotografia, il concetto di assoluta unicità è più vicino ad altre arti (pittura e scultura) che non alla fotografia, nata proprio con la missione di produrre molteplici esemplari.

In ogni caso, per procedere alla certificazione dell’opera occorre decidere a priori - ed in maniera definita - che disponibilità vorremo darne, perché è scorretto, ingannevole e disastrosamente deleterio non rispettare la “promessa” data inizialmente in relazione al numero di copie disponibili.

La serietà di un Autore nel certificare la tiratura delle sue serie limitate e dei suoi multipli d’arte (e nel rispettare tali certificazioni) è paragonabile a quella di un mercante di metalli preziosi, che garantisce a suo nome il titolo dei metalli che vende. Ovviamente, un mercante potrebbe avere un disonesto vantaggio economico nell’immediato, nel preparare le fusioni a titoli inferiori a quelli dichiarati. Tuttavia, quando la truffa verrà scoperta, il mercante perderà in un sol colpo credibilità, lavoro e capitale.

## La certificazione va fatta dall'Autore o dal Gallerista?

La certificazione è un semplice attestato in originale che accompagna l'opera, descrivendola, e che riporta alcuni elementi essenziali (vedi più avanti), la numerazione dell'esemplare, il numero di copie esistenti e che costituiscono la serie limitata, e la firma autografa dell'Autore.

Ovviamente, anche la copia dell'opera stessa deve essere – sul retro – numerata e firmata.

La garanzia dell'Artista deve essere lineare e trasparente, evitando in tutti i modi non solo la falsa informazione, ma anche l'informazione tendenziosa.

Spieghiamoci: dichiarare una serie di 10 esemplari, e poi stamparne 20 è un'informazione falsa, ed ovviamente è colpevole.

Tuttavia, è nei fatti comunque ingannevole dichiarare separatamente – cioè in modo subdolo - l'esistenza di serie similari: ad esempio, dichiarare una serie di 10 stampe formato 30x40cm, però sottacendo che a parte viene proposta una serie sempre di 10 stampe formato 36x48cm.

In realtà, è più che lecito realizzare serie diverse di formati diversi, purché lo si indichi apertamente; è invece ingannevole - nella presentazione della scheda dell'opera - non dare notizia dell'esistenza di diverse serie.

La certificazione deve dichiarare quante serie, di che formato e di quanti esemplari sono disponibili.

La certificazione dell'Autore è sufficiente nella maggior parte dei casi e, certamente, in tutti i casi in cui la transazione avvenga direttamente fra Autore e collezionista.

In caso di vendita avvenuta tramite una galleria, il mercante d'arte può (non obbligatoriamente) avallare la certificazione dell'Artista con una sua certificazione congiunta o, se lo rappresenta in esclusiva, fornisce una sua autonoma certificazione, che può affiancarsi a quella dell'Artista od anche sostituirsi a questa.

Il vero motivo di esistere della certificazione del Gallerista non è tanto quella di aggiungere credibilità alla dichiarazione dell'Artista (che – ovviamente – ha pieno titolo per certificare le sue opere), quanto quella di contribuire alla documentazione e storicizzazione dei passaggi di proprietà. Inoltre, la certificazione

della Galleria diviene ovviamente basilare col passare degli anni. Le opere degli Artisti sopravvivono agli artisti stessi e, quando l'autore muore, le certificazioni delle Gallerie non solo provvedono ad attestare l'autenticità, ma anche a generare documentazione sui passaggi di proprietà.

## Quanti esemplari vanno fatti nelle serie limitate – multipli d'arte?

Come accennato, si parla di serie limitate, quando le opere certificate e numerate non superano i 30 esemplari in totale, e di multipli d'arte quando tale numero complessivo viene superato.

Non esistono delle vere regole assolute cogenti.

Un unico riferimento “legislativo” sta nella Tabella prevista all'articolo 36, comma 1, del Decreto Legge 41/1995. In tale tabella, (destinata all'individuazione delle opere assimilabili alle opere d'arte per l'applicazione di uno specifico regime Iva - regime del margine - forfettario) all'ultimo punto della lettera a) indica, come “oggetti d'arte”:

*\* fotografie eseguite dell'artista, tirate da lui stesso o sotto il suo controllo, firmate e numerate nei limiti di **trenta esemplari**, di qualsiasi formato e supporto.*

Intendiamoci: nulla vieta di realizzare multipli d'arte superiori al numero di trenta; si tratta tuttavia del riferimento numerico che la legge individua, in specifico, per l'applicazione di un regime fiscale destinato (anche) alle opere d'arte. Come tale, può essere visto come elemento di riferimento.

Come è ovvio, quanto più alto è il numero di multipli esistenti, tanto più basso ne diventa il valore. E viceversa.

Si tratta quindi di una scelta strategica dell'Artista (o del suo gallerista).

In linea di massima, la “dimensione” più frequentemente consigliabile delle serie è attorno ai cinque esemplari, più una o due “prove d'artista”.

Serie di entità maggiore (10, 20 copie o anche più) sono ovviamente fattibili, perché consentono di realizzare opere da diffusione più “popolare”, ma in alcuni casi possono sottrarre a quell'opera la valenza di vero oggetto da collezione.

## Cosa sono la prova d'autore / prova d'artista e la prova di stampa?

In ambito fotografico la Prova d'Autore ha (sul piano tecnico) un significato meno fondato che in altri ambiti, come quello delle edizioni di stampe, ma è comunque, a volte, contemplata.

La cosiddetta “*prova d'autore*” o “*prova d'artista*” (PA) è l'esemplare (od un paio di esemplari) realizzati nella lavorazione per giungere al risultato finale.

Esiste anche la possibilità delle prove “fuori commercio” (siglate F.C.) che nascono, nominalmente, per non essere immesse sul mercato, in quanto destinate all'autore o ai suoi congiunti.

Solitamente, le prove insoddisfacenti vengono distrutte (non rappresentano l'opera) ma – se di qualità perfetta - possono essere conservate dall'Autore stesso per suo proprio uso, archivio o per le sue esposizioni.

Una “*prova d'autore*” è sostanzialmente una copia autentica ma fuori serie. Non nasce per essere destinata al commercio, ma quando entra in circolo, ha un valore superiore, proprio per la sua maggiore rarità.

“*Prova di stampa*” identifica l'omologo di una “*prova d'autore*”, ma riferito più strettamente all'ambito delle riproduzioni di stampe d'arte. È normale in questi casi che si tratti di un quantitativo superiore, comunque non eccedente il 15% della tiratura della serie numerata.

## Cambia il valore delle differenti posizioni nella numerazione di una serie a tiratura limitata?

Una consuetudine non assoluta (cioè, che non si verifica come regola standard) ma abbastanza ricorrente da essere rilevata, è quella della variazione di valore al mutare della posizione nella serie. Per capirci, all'interno di una serie limitata di 5 esemplari, il valore della copia *1 di 5* è - o può essere - diverso da quello della copia *5 di 5*.

La variazione è al rialzo per gli ultimi numeri, e in particolare per l'ultima copia della serie.

Il meccanismo di mercato è abbastanza comprensibile, e si basa sul consueto

effetto che connota la nostra psiche: ad esempio, quando si scopre che l'acqua sta finendo, la sete che prima non si sentiva diventa prepotente.

Così, all'acquisto della prima copia di una serie, la percezione è che ne esista una buona disponibilità; quando si giunge all'ultima copia disponibile, la percezione cambia in: “*sta finendo... non ce ne sono più disponibili*”. Questo consente di variare il prezzo leggermente verso l'alto.

## **La produzione degli esemplari di una serie limitata deve essere immediata o può essere differita?**

Specialmente per le serie per le quali il costo della produzione fisica della stampa è piuttosto elevato, è moralmente, legalmente e deontologicamente accettabile procedere alla produzione delle copie al momento della richiesta o, comunque, in modo da non realizzare fin da subito tutti gli esemplari (ad esempio, di una serie di sette, iniziare a realizzare le prime tre copie, riservandosi di realizzare le successive quattro in un secondo momento).

È in sostanza ammissibile la tiratura differita, purché la numerazione e la futura disponibilità di esemplari rispetti rigorosamente quanto dichiarato.

## **Come deve essere preparata la certificazione?**

Numerazione e certificazione possono essere documentate anche semplicemente tramite apposizione della numerazione stessa sul retro della stampa, accompagnata dalla firma autografa dell'Autore. Tuttavia, una più dettagliata descrizione della natura e delle caratteristiche dell'opera può (anche se non obbligatoriamente) essere demandata alla realizzazione di un apposito Certificato.

Non esiste una forma “sacramentale” che debba essere rispettata, purché i singoli aspetti enunciati in questo documento siano rispettati.

Per comodità e per riferimento, si riporta - in coda a questo capitolo - un fac-simile di certificazione per serie limitate e per multipli d'arte.

L'elemento certificante è la firma autografa dell'autore (ed eventualmente del gallerista).

Con finalità sostanzialmente di rassicurazione psicologica, si possono utilizzare

elementi certificanti aggiuntivi alla firma.

Ad esempio:

- a) timbro (attenzione a non apporlo direttamente al retro delle stampe, gli inchiostri posso dimostrarsi deleteri se penetrano il supporto)
- b) sigillo, eventualmente in ceralacca.
- c) ologramma, ad esempio (e non è l'unico) come il sistema ideato da Hahnemühle: vengono realizzate coppie di ologrammi numerati, immutabili e non asportabili. I due ologrammi in coppia (stessa numerazione) vengono apposti uno sull'opera, uno sul certificato, con questo ottenendo un abbinamento attendibile.

Le stampe certificate con il sistema degli ologrammi Hahnemühle sono tracciabili mediante un apposito sito: [www.myartregistry.com](http://www.myartregistry.com)

d) Accompagnamento della documentazione cartacea con sistemi di certificazione digitale. Ad esempio, un file di certificazione, che riporti dati essenziali, numerazione e icona ridotta di descrizione dell'opera, con un sistema di certificazione digitale e di marca temporale, che garantisce data certa e dati inalterati del file di certificazione. Lo stesso Adobe Acrobat consente la certificazione e l'inclusione di marche temporali digitali (quest'ultime vanno acquistate da un ente certificatore, come Infocert, o Postecert - Poste Italiane, o Comped, o Digital Trust o qualsiasi altro certificatore accreditato presso DigitPA, Agenzia per l'Italia Digitale (ex Cnipa)

e) Certificazione tramite blockchain.

Vedi esperienze pilota come: <https://www.unico.global/>

## **È vero che Facebook si appropria di tutti i diritti delle immagini?**

In un certo senso è vero. Questa cosa non deve essere né sottovalutata, né demonizzata.

Trovi questa condizione contrattuale alla pagina:

<http://www.facebook.com/legal/terms>

(o sue variabili); la sostanza è inequivocabile:

*“quando l’utente condivide, pubblica o carica un contenuto coperto da diritti di proprietà intellettuale (ad es. foto o video) in relazione o in connessione con i nostri Prodotti, ci concede una licenza non esclusiva, trasferibile, conferibile in sottolicezza, non soggetta a royalty e globale per la trasmissione, l’uso, la distribuzione, la modifica, l’esecuzione, la copia, la pubblica esecuzione o la visualizzazione, la traduzione e la creazione di opere derivate dei propri contenuti.”*

Chiariamo i termini di questa concessione che, aderendo al network, viene data a FB.

La concessione data a Facebook in buona sostanza dice questo: “concedi a Facebook il diritto di fare quello che crede con le foto, i video ed i testi che pubblicherai e finché resteranno pubblicati; la licenza è senza alcun limite di utilizzo o geografico, anche se non in esclusiva, il che significa che anche tu potrai continuare a farci quello che vuoi. Facebook a sua volta può concedere questi diritti a chiunque altro, pur se con i limiti di diffusione che scegli alle impostazioni di privacy. La licenza è concessa a Facebook fintanto che i tuoi contenuti saranno pubblicati, il che significa che rimuovendo i contenuti la licenza cesserà nei confronti di Facebook, il quale però non garantisce che eventuali terzi a cui avesse ceduto i diritti smettano di usare questi contenuti”.

Come si diceva, questo elemento non va né sottovalutato, né demonizzato.

È bene saperlo, con questo evitando di condividere contenuti che riteniamo critici nella nostra attività. Per capirci: benone pubblicare le foto personali che ci diverte condividere; benone pubblicare le immagini del portfolio che desideriamo fare girare. NO, invece, alla pubblicazione di immagini che sono oggetto di una nostra attività di vendita di diritti (ad esempio, immagini da destinare allo stock) o lavori comunque direttamente rivendibili.

Contemporaneamente, la cosa non va “demonizzata”, assumendo comportamenti che ci farebbero apparire - nel social network - come dei sociopatici paranoide alienati, o degli autori che si prendono spropositamente sul serio.

Facebook non fa commercio dei contenuti pubblicati. Non solo perché non si tratta del loro business, ma anche perché... non si tratta di merce facilmente vendibile (come l’esperienza professionale purtroppo insegna). Facebook “guadagna” da questi contenuti perché generano interesse, e l’interesse porta accessi,

e gli accessi portano pubblicità e quindi guadagno.

Facebook non guadagna “rivendendo” la nostra singola foto o video: guadagna per l’effetto della massa critica di contenuti che attraggono interesse.

Il gestore degli impianti di risalita di una località sciistica non si cura del singolo fiocco di neve, e non vuole rivenderlo a qualcuno: gli serve la montagna innevata, perché questo attirerà gli sciatori.

Il motivo per cui quella concessione di diritti viene richiesta è - semplificando - che Facebook non vuole avere rotture di scatole nell’uso di quei contenuti per le sue finalità; ma le sue finalità reali sono quelle di esistere e di essere interessante, e per essere interessante deve “usare” i contenuti.

La seccatura reale - quella per cui si deve EVITARE di pubblicare immagini che sono per noi oggetto di rivendita (stock e simili) - è che FB si trova a concedere in “sub-licenza” a terzi, spesso attraverso le applicazioni, quegli stessi contenuti.

E, sempre sull’onda del non volere rotture di maroni, FB ha concepito la licenza in modo che non si possa contestare a FB stesso il fatto che terze parti usino poi quei contenuti.

Qualcuno ha utilizzato - sul suo profilo/ pagina/ gruppo - una fotografia di cui io sono autore, rubandomela. Cosa devo fare?

**Verrebbe da dire: ma se con la licenza concessa a Facebook io do la facoltà di cedere a terzi i contenuti, chiunque mi prelevi la foto per tramite di FB ne ha diritto, ed io sono tagliato fuori?**

No, non è così.

A Facebook viene dato il diritto di concedere in sub-licenza, il che significa che ci deve essere un atto di concessione da FB ai soggetti terzi. Questa cosa avviene, ad esempio, per tramite di alcune applicazioni che “usano” i contenuti di FB utilizzando le API (Application Programming Interface) di Facebook.

Ma quando un pisquano qualsiasi ruba un’immagine dal profilo (o dal sito) altrui e la usa per la sua pagina/profilo/gruppo di Facebook, NON ha ricevuto

da FB nessuna sub-licenza: ha solo rubato un contenuto IP che - a lui - nessuno ha concesso.

Per questo motivo, potrai:

**a)** Procurarti prova dell'avvenuta lesione, facendo non solo una copia in locale (o una stampa) della pagina dove viene usata la tua immagine, ma anche filmando - con videocamera o device mobile - la connessione alla pagina in oggetto, a partire dalla ricerca in rete, fino all'apertura delle pagine incriminate.

**b)** Segnalare a Facebook stesso la violazione dei tuoi diritti; per fare questo, prima fai login in FB, poi punta a questa pagina:

[www.facebook.com/help/contact/1758255661104383](http://www.facebook.com/help/contact/1758255661104383)

**c)** Inviare - se lo credi - una contestazione per raccomandata al soggetto stesso, chiedendogli o di rimuovere i contenuti, o di attribuire le foto a te anche con un link, o il pagamento a te dei diritti, una corresponsione di denaro in beneficenza (per non lasciare "impunita" la cosa, ma dimostrando di non essere tu alla ricerca di soldi).

## **Si possono pubblicare immagini di ritratto su Facebook in assenza di liberatoria?**

Questo è un tema spinoso.

Premettiamo che per capire il senso di questa risposta occorrerebbe avere letto ed assimilato i concetti di fondo che si trovano riportati qui:

[www.foto-privacy.com/ritratto.php](http://www.foto-privacy.com/ritratto.php)

La risposta è questa:

**a)** Se il personaggio ritratto è un personaggio pubblico, puoi non porti il problema: pubblicale pure.

**b)** Se il personaggio non è un personaggio noto al vasto pubblico, ma è conosciuto nella cerchia delle persone a cui lo mostri, puoi pubblicarlo liberamente. Questo perché si tratta di un personaggio "pubblico" all'interno di quella cerchia.

Perché questo si verifichi, devi impostare però la visibilità di quell'album di

foto limitatamente a quelli che sai che conoscono già quella persona. Ottieni questo risultato aprendo l'album di foto di FB che contiene i ritratti in questione, cliccando sulla voce "modifica album" che trovi in alto, sotto il titolino dell'album stesso; dalla finestra che si apre, vedi la voce "privacy", ed impostala in modo da rendere visibile l'album solo al gruppo, o i gruppi che desideri. Puoi anche personalizzare la visibilità escludendo specifiche persone. In ogni caso, non impostare la visibilità su "pubblica".

c) Se la persona non è un "personaggio pubblico" e nemmeno è universalmente conosciuto all'interno di qualche tua lista di FB, allora - tecnicamente parlando - si tratta di una pubblicazione per la quale occorrerebbe l'assenso.

Cioè, in teoria, avresti bisogno del consenso della persona che stai per pubblicare, prima di mettere il suo ritratto su Facebook.

È però vero che FB ci ha abituato ad una sorta di approccio inverso alla privacy, praticamente ispirato all'apoforisma: «meglio chiedere scusa, che permesso».

In pratica, lo spirito del social è sostanzialmente quello di condividere di tutto: se poi qualche contenuto è sgradito, la persona che ne ha titolo e lo scopre ne chiede la rimozione.

Se, quindi, pubblicherai delle foto di ritratto di personaggi non noti, tieni conto che la legge italiana richiederebbe (art. 96 legge 633/41) che venga ottenuto l'assenso alla pubblicazione, ma che la "consuetudine" del social network FB è quella di tollerare tutto quello che non dà fastidio.

Se tu dovessi incappare in una persona particolarmente indispettita, ovviamente è la Legge in vigore, e non la consuetudine di Facebook a determinare da che parte sta la ragione.

Operativamente, se manca la liberatoria, il consiglio è quindi quello di pubblicare immagini solo di persone con le quali si sia in buoni rapporti, e - magari - chiedendo per email un benestare.

**C'è una sentenza del Tribunale che espressamente sancisce che le foto su Facebook non è vero che siano di pubblico dominio?**

Certamente sì.

È la sentenza 12076/2015, nona sezione Civile del Tribunale ordinario di Roma.

Per tua documentazione, trovi la sentenza integrale (con ovviamente oscurati i nomi ed i dati delle parti) a questo link: <https://www.foto-social.com/sentenza.php> seguiva l'autore delle foto lo studio legale Lipani Catricalà e Partners di Roma.

Sono venti pagine di argomentazioni. Interessanti, se si ha modo di leggerla con calma.

Per brevità, e riassumendo: un giovanissimo fotografo (quindi: non un professionista; all'epoca dei fatti - 2010 - era addirittura minorenni) aveva pubblicato sul suo profilo Facebook delle immagini relative al fenomeno delle "baby cubiste". Nessun intento professionale, ma il tema era di attualità, e l'editore (non si deve dire chi sia, ma è il segreto di Pulcinella) le ha utilizzate e pubblicate, sostenendo che - poiché vengono ceduti dei diritti a Facebook, le immagini fossero di pubblico dominio.

I Giudici hanno rilevato che, avendo ceduto dei diritti a Facebook e non a terzi *"(...) deve allora concludersi che xxx in quanto autore delle immagini fotografiche in questione, è rimasto titolare dei diritti fotografici nonostante la pubblicazione delle stesse sulla propria pagina personale del sito Facebook ed è quindi legittimato a tutelare in sede giudiziaria i diritti esclusivi su tali fotografie, riconosciuti dagli artt. 88 e ss, L.A." - e soprattutto (pagina 13 della sentenza): "...l'articolo in commento va pertanto interpretato nel senso che tali possibilità di utilizzo delle informazioni pubblicate con impostazione "pubblica" sul social network NON costituisce licenza generalizzata di utilizzo e di sfruttamento dei contenuti coperti da diritti di proprietà intellettuale a favore di un qualunque terzo che accede alla pagina Facebook"*.

In un nostro video del gennaio 2013, al minuto 2'37" segnalavamo appunto questo: <https://youtu.be/XxAfYFLtwU?t=2m37s>

Tornando alla sentenza, rileviamo che contiene anche diversi altri punti importanti:

**a)** A pagina 7, si "smonta" la tesi per cui - mancando il nome riportato sulla foto - si possa fingere di non conoscerne l'autore; inoltre, a pagina 14 si argomenta su come le disposizioni originarie della legge del 1941 vadano reinterpretate attualizzandole.

**b)** A pagina 13 si indica, come accennato, che non corrisponde al vero che

chiunque acceda ad una pagina FB può utilizzare per sé stesso i contenuti.

c) A pagina 14 si sottolinea che l'uso di metadati, watermark ed altre soluzioni attuali sono perfettamente sostitutive delle "vecchie" indicazioni contenute nella Legge 633/41 in relazione all'indicazione del nome dell'autore; e questo è un bel passo avanti, perché molto spesso i "furbi" si nascondono dietro la scusa che sull'immagine non è stato "scritto" il nome dell'autore.

d) A pagina 15, si indica che delle immagini che siano state recuperate da una pagina riferita all'autore, anche in assenza dei metadati o di specifiche firme sulle foto, vanno attribuite all'autore dichiarato in pagina.

Il testo della sentenza 12076/2015: <https://www.foto-social.com/sentenza.php>

## Come calcolare una tariffa professionale corretta in fotografia professionale?

In alcuni casi, viene da chiedersi perché mai le tariffe dei fotografi di buon livello siano apparentemente così salate. Perché, in pratica, ci si sente chiedere importi di centinaia (o migliaia) di euro al giorno, per una prestazione che - per quanto specializzata - sembra potere essere svolta da un qualsiasi creativo con alcune competenze tecniche? Inoltre, perché alcuni professionisti si vendono a prezzi molto superiori di quelli applicati da altri?

È presto detto. Fatta eccezione per coloro che - in realtà - non vivono realmente di fotografia, ma semplicemente "arrotondano", qualsiasi vero professionista deve allestire e mantenere un'attrezzatura e soprattutto una struttura dai costi elevati. Uno studio fotografico per fotografia commerciale minimamente attrezzato impegna parecchie decine di migliaia di euro, ed altrettanto costa una stazione di elaborazione digitale. I costi annui di affitto dei locali, di promozione, di ricerca, di imposte fisse, eccetera, portano i costi fissi di gestione ad oscillare fra cifre comprese fra i 20.000 ed i 50.000 euro all'anno, per le strutture di piccole e medie dimensioni.

Al di là dei giorni lavorati, tuttavia, un fotografo mediamente attivo può contare su circa 60-70 giorni annui effettivamente fatturabili a qualche cliente. Una semplice operazione porta alla... dura verità: semplicemente per recuperare le spese fisse, senza guadagnare, uno studio fotografico medio deve fatturarsi almeno a 350 - 400 euro al giorno.

Diversamente, lavorerebbe sottocosto.

Evidentemente, la realtà di ogni singolo professionista è differente, per cui è normale che anche queste indicazioni di base possano variare enormemente.

Vedi a <http://www.tariffario.org>

Inoltre, la fotografia è un mestiere solo in apparenza semplice. Chi inizia l'attività di fotografo pensando di ottenere rapidamente risultati di buona qualità, va incontro ad una delusione certa: imparare a fotografare bene, specie in alcuni settori, richiede anni, oltre ad una qual certa predisposizione naturale, che non tutti hanno.

È una situazione simile al pianoforte: pestare su qualche tasto è semplice, e questo può dare l'illusione che sia semplice suonare. In realtà, per imparare a suonare professionalmente occorrono anni ed anni.

Chi dedica più attenzione al dettaglio ed alla creatività ha costi molto maggiori.

Quei professionisti che curano con particolare attenzione ogni fase del loro lavoro impegnano in questo modo molto più tempo, dedicato alla rifinitura del dettaglio.

Curare le proprie immagini in ogni fase, dallo styling (scelta accessori, cura particolari, coerenza stilistica e disposizione del set) all'illuminazione, dalla scelta dei materiali alle variabili di trattamento, può significare un dispendio di tempo anche di cinque o sei volte superiore a quello necessario per la realizzazione di un'immagine semplicemente "corretta".

Inoltre, i fotografi a cui stia a cuore lo spessore creativo della loro produzione dedicano molto tempo alla ricerca personale, all'informazione ed alla rifinitura stilistica. Ovviamente, su base annuale, questa attenzione al miglioramento comporta il fatto che molte giornate di lavoro e di ricerca non siano ovviamente fatturabili a nessuno, con un conseguente aggravio dei costi a giornata di "shooting".

Oltre alle dinamiche di equilibrio fra domanda ed offerta (il fotografo più richiesto dal mercato ha ovviamente prezzi più alti) è quindi per una concreta conseguenza quasi "contabile", che il lavoro di un professionista creativo costa solitamente di più rispetto a quello di un buon semplice esecutore.

Parafrasando un aneddoto famoso, il fotografo creativo non chiede migliaia di

euro per una foto che gli è costata un giorno di lavoro: chiede migliaia di euro per una foto che è costata un lavoro di dieci anni. E un giorno.

I costi da conteggiare su base annua, per avere una corretta valutazione della propria tariffa, sono:

- 1) Affitto dei locali ove si lavora o, se sono di proprietà, l'equivalente del mancato guadagno per non averli affittati a qualcun altro.
- 2) Ammortamento delle attrezzature; se si spendono, ad esempio, trentamila euro in attrezzature fotografiche, occorre tenere presente che non si tratta di apparecchi eterni e che, prima o poi, andranno integrati e sostituiti, oltre che riparati. Il costo dell'ammortamento annuo reale (non quello fiscale) è, orientativamente, pari al valore delle attrezzature diviso il numero di anni che si stima durerà quell'attrezzatura. Mediamente parlando, si può indicare in dieci anni questa durata teorica per le attrezzature tradizionali, e circa tre - quattro anni per quelle digitali.
- 3) Spese generali per lo studio (fondali di carta, verniciature, test personali, piccola accessoristica) o l'equivalente per le proprie trasferte (per i reporter).
- 4) Spese per l'energia e consumi (elettricità, riscaldamento, gas, acqua, ecc.).
- 5) Spese per le comunicazioni (connessione rete, telefono, benzina, costi auto, corrispondenza, corrieri, consegne con fattorini, ecc.).
- 6) Spese per i viaggi consueti di altro genere (mezzi pubblici, treno, taxi).
- 7) Spese di rappresentanza (modulistica, biglietti da visita, regali ai migliori clienti, abbellimenti dello studio, abiti od oggetti di rappresentanza, ecc.).
- 8) Spese per la promozione dell'attività, dato che i clienti vanno cercati (inserzioni, mailing, copie del portfolio, stampati, comunicati, gadgets, contatti personali con i clienti, sviluppo, manutenzione ed hosting del sito web, ecc.).
- 9) Compenso minimo del titolare (in questa voce non si indica quello che si desidera guadagnare: piuttosto, si riporta l'equivalente di un compenso minimo e sicuro a cui si rinuncia dato che si dedica il proprio tempo a fare il fotografo invece che, ad esempio, a preparare i panini in un fast food).
- 10) Costo dei capitali investiti (specie per i fotografi organizzati in forma di impresa, il fatto di tenere immobilizzate decine e a volte centinaia di migliaia di

euro in attrezzature, immobili od altro significa rinunciare ad un reddito sicuro che si sarebbe potuto ottenere con dei semplici investimenti, od anche solo dei certificati di deposito).

- 11) Compensi per assistenti od altri aiutanti.
- 12) Costi di tenuta della contabilità (commercialista o centro di assistenza fiscale).
- 13) Tasse in misura fissa (cioè quelle tasse e tributi che vengono pagate indipendentemente dal reddito prodotto).
- 14) Le assicurazioni obbligatorie (Inail).
- 15) Le assicurazioni opzionali (furto incendio, pensione integrativa, ecc.).
- 16) Accantonamento fondi per eventuali malattie e rischi.
- 17) Formazione, documentazione ed aggiornamento professionale.

Nel complesso, si tratta di spese che vengono sostenute perché si lavora come fotografo, ma che non possono essere fatte pagare in specifico ad un cliente. Di conseguenza, si valuta il loro ammontare su base annua e le si suddivide in modo che vengano pagate un pochino da ciascun cliente.

Per far ciò, il costo globale viene suddiviso non per il numero di giorni lavorativi, ma per quelli credibilmente fatturabili (cioè, che possono essere fatti pagare a qualcuno). Orientativamente, si tratta di 80 - 130 giorni in un anno. Trattandosi di diverse decine di migliaia di euro all'anno, ed essendo non molti i giorni fatturabili, è facile capire come la tariffa minima raggiunga sempre alcune centinaia di euro al giorno.

La cifra che deriva da questo conto (costi globali diviso giorni fatturabili) è la tariffa minima giornaliera che dovrebbe essere fatta pagare. Lavorare a meno di questa tariffa significa lavorare sottocosto, cioè pagare con del proprio denaro per poter lavorare.

Se la cifra giornaliera che deriva dal conteggio è troppo alta, nel senso che risulta il più delle volte impossibile farla accettare dal cliente, le soluzioni sono solo due: o si cambia qualche parametro di costo, venendo a spendere meno, o si cambia mestiere. In altre parole, se non si riesce a far pagare la propria tariffa minima, significa che le proprie prestazioni sono fuori mercato.

# Chiedere Ammissione Come Socio

Chiedi ai tuoi colleghi che ci conoscono direttamente: siamo un'associazione giovane e dinamica, ed offriamo confronto professionale, documentazione autorevole, supporto personale, occasioni di scambio e di esperienza.

La nostra attività associativa non vuole essere teorica, ma reale: aiutiamo nel concreto a risolvere i problemi legali, fiscali, contrattuali, tecnici, creativi, promozionali, di rapporto con il cliente, e molto altro.

Amiamo il nostro lavoro, cerchiamo di darci molto da fare, perché vogliamo riscoprire ogni giorno l'entusiasmo, e condividerlo fra tutti i Colleghi.

Un passo dopo l'altro, mettiamo quotidianamente in comune l'esperienza di tutti.

Documentazione, supporto, consulenza, scambio di idee ed informazioni, informazioni legali e sollecito gratuito dei crediti, iniziative di supporto all'immagine della categoria e contatti verso gli interlocutori e potenziali clienti.

Il nostro motto è: "collaborazione, non corporazione".

Associarti ti costa 27 centesimi al giorno... la terza parte di quello che spenderesti per un caffè... forse la tua professionalità lo merita: offri al tuo mestiere un paio di caffè alla settimana...!

Se vuoi chiedere l'ammissione come Socio, parti da:

[www.iscriviti.org](http://www.iscriviti.org)

Per potere essere ammesso devi esercitare professionalmente l'attività fotografica, in modo provatamente documentabile ed in regola con le norme fiscali e previdenziali vigenti.

## **ASSOCIAZIONE NAZIONALE FOTOGRAFI PROFESSIONISTI TAU VISUAL**

20122 milano - via manara 7

### **richiesta ammissione soci:**

[www.iscriviti.org](http://www.iscriviti.org)

### **tutorial sull'attività:**

[www.youtube.com/tauvisual](http://www.youtube.com/tauvisual)

[www.fotografi.org/youtube](http://www.fotografi.org/youtube)

### **contatti:**

[www.facebook.com/tauvisual](http://www.facebook.com/tauvisual)

database soci: [www.italianphotographers.org](http://www.italianphotographers.org)

foto di matrimonio: [www.fotocerimonia.com](http://www.fotocerimonia.com)

insegnamento fotografia in italia: [www.fotoscuola.it](http://www.fotoscuola.it)

incontro fra assistenti e professionisti: [www.assistenti.org](http://www.assistenti.org)

sistema per la stima delle tariffe: [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org)

mini-siti di documentazione: vedi capitolo introduttivo

autore testi di questa documentazione: roberto tomesani

tutti i diritti riservati © TAU Visual ®

riproduzione e diffusione vietate





## DOMANDE FREQUENTI IN FOTOGRAFIA PROFESSIONALE

Risposte alle FAQs più ricorrenti che vengono rivolte alla Sede dell'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual – privacy, ritratto, diritto d'autore, tariffe professionali: verità e leggende metropolitane sulla fotografia professionale.

[youtube.com/tauvisual](https://www.youtube.com/tauvisual)  
[facebook.com/tauvisual](https://www.facebook.com/tauvisual)

Come ottengo il copyright?  
Gli originali delle immagini sono sempre del fotografo?  
Va pattuita la destinazione d'uso?  
Quanto dura la protezione del diritto d'autore?  
Cosa sono le "semplici fotografie"?  
Chi decide se una foto è "opera dell'ingegno"?  
Il nome del fotografo va sempre menzionato?  
Che fare il nome non è stato menzionato?  
Cosa posso chiedere come risarcimento?  
Si può imporre la menzione del nome dell'autore?  
Le immagini in Rete sono liberamente utilizzabili?  
Le immagini che si trovano su Google sono utilizzabili?  
Esistono immagini fotografiche liberamente utilizzabili?  
Faccio un favore, facendo "girare" le immagini?  
Devo avere autorizzazione per pubblicare un ritratto?  
Posso pubblicare il ritratto di un personaggio famoso?  
Posso pubblicare foto fatte in pubblico?  
Perché in molti casi non viene raccolto l'assenso?  
A quale sanzione si va incontro senza liberatoria?  
Quali leggi devo menzionare nella liberatoria?  
Se il soggetto guarda l'obiettivo, serve autorizzazione?  
Sui social network queste regole hanno valore?  
Si può fotografare nei Musei e simili?  
Quali sono i Beni culturali con vincoli alla ripresa?  
Nel caso delle riprese per matrimonio e moda?  
Cosa intendiamo per "opera artistica fotografica"?  
A cosa serve la "certificazione" di un'opera fotografica?  
La certificazione va fatta dall'Autore o dal Gallerista?  
Quanti esemplari vanno fatti nelle serie limitate?  
Cosa sono la prova d'autore e la prova di stampa?  
Cambia il valore delle differenti posizioni in una serie?  
La stampa di una serie limitata deve essere immediata?  
Come deve essere preparata la certificazione?  
È vero che Facebook si appropriava di tutti i diritti?  
Si possono pubblicare ritratti su Facebook?  
C'è una sentenza del Tribunale su uso foto in FB?  
Come calcolare una tariffa professionale corretta?