



**copyright
diritti e contratti in
fotografia professionale**

Questo breve trattato offre risposte a molti dei quesiti frequenti per chi esercita professionalmente l'attività fotografica, e si trova quindi a dover difendere i propri diritti, senza per questo ledere i diritti degli altri.

Qui trovi sintetiche ma esaurienti risposte a queste domande frequenti:

- 1_ Copyright del fotografo**
- 2_ Menzione del nome dell'autore**
- 3_ Protezione delle idee**
- 4_ Proprietà degli originali**
- 5_ Consuetudini commerciali**
- 6_ Pubblicabilità del ritratto**
- 7_ Bozze di contratti standard**

ATTENZIONE:

per ogni capitoletto, è riportata un'introduzione molto, molto sintetica ("in due parole") che fornisce una risposta brevissima – e come tale solo orientativa – al tema, per semplicità e immediatezza. Consigliamo sempre, quando il tema rivesta interesse per la propria situazione, di leggere anche la porzione di testo successiva, che approfondisce l'argomento.

Tutti i testi di questo volumetti sono, a loro volta, 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.

© Copyright: Roberto Tomesani
per Associazione Nazionale Fotografi Professionisti
TAU Visual - 2006 - 2007

(versione 1.3)

1- COPYRIGHT – DIRITTO D'AUTORE

IN DUE PAROLE

Non occorre effettuare alcun deposito di immagini, né essere iscritti in elenchi, albi od associazioni, affinché si possa godere del "copyright" o "diritto d'autore", che è previsto per legge semplicemente per il fatto di essere autori dell'immagine.

È sempre indispensabile specificare per iscritto quale sia la destinazione d'uso (l'utilizzo) concesso al cliente per le immagini realizzate. La protezione del copyright dura 70 anni dopo la morte dell'autore per le immagini fotografiche che abbiano connotati creativi / interpretativi, mentre è limitata a 20 anni dalla produzione (o dalla prima pubblicazione) per immagini semplici, senza elementi creativi.

La legge a cui ci si riferisce è la 633/1941 e successive modifiche.

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 scrivere sulla fotografia il nome e cognome dell'autore e l'anno di produzione. Per le diffusioni all'estero, il nome e cognome va 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) marchiare i bordi del fotogramma
- b) incidere tacche di identificazione sui bordi della finestrella di esposizione delle proprie fotocamere
- c) effettuare foto di scena nel caso di set complessi.

FIRMA DELLE IMMAGINI DIGITALI

MARCHIARE CON INFO-FILE

Innanzitutto, è buona norma preparare tutti i file includendo in "info-file" le diciture che attribuiscono l'immagine al fotografo, come autore.

Non si tratta di una protezione "fisica" della fotografia, ma soddisfa i requisiti di legge sulla obbligatorietà della firma degli esemplari delle fotografie.

Inoltre, permette di evidenziare il simbolo di copyright accanto al nome del file, nel quadro di visione dell'immagine.

Come risaputo, nella maggior parte dei formati di file (psd, tiff, jpg, ad esempio) è possibile, inserire dei commenti testuali nelle info-file (dal menù file di Photoshop, ad esempio).

Questo permette di includere del testo e delle note nel file immagine: brevi didascalie, ma anche il nome dell'autore, l'indicazione di copyright, l'indirizzo del proprio sito web ed altri elementi.

Nella sezione "copyright" delle info-file, inoltre, è possibile spuntare l'opzione "marca come copyright", per far sì che sulla barra superiore del quadro dell'immagine, accanto al nome di file, compaia il simbolo internazionale di copyright, cioè la C inscritta in un cerchio.

Non tutti hanno però "realizzato" che questa operazione - piuttosto lunga e macchinosa se eseguita a mano su ciascuna foto - può essere automatizzata in modo da essere eseguita in un istante con l'uso di un tasto funzione, o in pochi secondi su tutto il contenuto di una cartella, servendosi del comando batch.

In pratica, se si desidera creare un automatismo per scrivere - ad esempio - il proprio nome e cognome come autore delle immagini, il sito web e marchiarsi la foto con il simbolo di copyright, si potrà creare una cosiddetta "azione", che potrà essere abbinata ad uno specifico tasto del computer (per eseguire l'operazione su ciascuna singola fotografia), oppure essere eseguita "in massa" su tutti i files immagini contenuti in una cartella.

Se non si è mai provato a registrare "un'azione" di Photoshop, consultare il manuale o la guida, anche se si tratta di una operazione di una semplicità disarmante.

Innanzitutto occorre semplicemente assicurarsi che sia visualizzata la finestra delle azioni (in Photoshop, menù Finestra > Mostra azioni). Poi, cliccare sul simbolino in basso a sinistra che sembra un foglietto con un angolo sollevato (crea nuova azione). A questo punto, si apre una finestra di dialogo che chiede di dare un nome all'azione (supponiamo di chiamarla "marchiocopyright"), di assegnarla ad un set di azioni (si può usare quello di default) e di abbinarla ad un tasto funzione, il che consentirà, premendo quel tasto funzione, di ottenere l'esecuzione automatica di tutta l'azione sull'immagine aperta.

Cliccare ora su "registra", e da quel momento Photoshop inizierà la registrazione delle operazioni che saranno compiute.

Si va sull'immagine in uso, poi al menù File si apre la voce Info file; a seconda della versione di Photoshop che si usa, verranno presentate le maschere di introduzione dei dati in modo diverso; inserire comunque nella zona riservata al copyright i propri riferimenti come autore, il recapito ed il sito, e spuntare la casella "marca come copyright", oppure "copyright status > copyrighted work".

Cliccare su OK, e tornare alla finestra delle azioni; fermarne la registrazione premendo sul tastino di stop, quadrato, in basso a sinistra.

Fatto.

Sarà stata creata, a questo punto, un'azione che ripeterà tutte le scritte e le indicazioni apportate, ogni volta che verrà eseguita, o dal menù delle azioni, o premendo il tasto funzione che scelto in abbinamento, oppure - per farlo eseguire sul contenuto di un'intera cartella, usando il comando File > Automatizza > Batch.

Una volta aperti i comandi File > Automatizza > Batch, la funzione è davvero intuitiva, e non occorrono grandi spiegazioni.

Scegliere fra quelle disponibili l'azione creata per scrivere i dati delle info (nel nostro esempio, "marchiocopyright"), poi indicare la cartella che contiene le immagini che si desidera vengano marchiate, infine scegliere, come destinazione, una nuova cartella oppure - più semplicemente - indicare "salva e chiudi", per evitare che il programma lasci aperte tutte le immagini lavorate. Fatto.

Tutte le immagini riporteranno il simbolo internazionale di copyright e la descrizione dei tuoi dati come autore.

UTILIZZARE UN SISTEMA DI WATERMARKING

Il "watermarking" è un sistema per "nascondere" le informazioni dell'Autore includendole nell'immagine stessa, in modo che sia possibile recuperarle dal file anche dopo manipolazioni abbastanza pesanti.

In italiano il termine "watermark" viene tradotto con "filigrana", perché si tratta di una marchiatura normalmente non visibile (avrà notato che in fase di apertura sulla barra di stato - in basso a sinistra - di Photoshop, durante l'avanzamento dell'apertura files, compare la dicitura: "rileva filigrana").

Il programma più diffuso in assoluto è quello sviluppato e distribuito da Digimarc, vedi a: www.digimarc.com

Il sistema utilizza un algoritmo che, con quasi impercettibili variazioni delle

informazioni sui pixel di contorno, introduce nel "tessuto" dell'immagine un'informazione numerica univoca, che permette di identificare in modo certo l'autore dell'immagine.

Per rilevare tale filigrana occorre utilizzare un programma come Photoshop - che includa il lettore di Digimarc, oppure scaricare gratuitamente il reader dal sito di Digimarc stessa. Il lettore della filigrana digitale è infatti incluso in bundle, cioè in abbinamento, nei più diffusi programmi di fotoritocco, Photoshop in testa (lo si trova nel menù filtro, in fondo alla lista: tutti lo hanno, pochi lo conoscono, pochissimi lo usano...).

Oltre a Photoshop, utilizzano Digimarc programmi come Image Ready, PhotoPaint di Corel, Extensis Portfolio, Paint Shop Pro, PhotoImpact e molti altri. Il sistema permette non solo di marchiare in maniera invisibile ed abbastanza resistente le proprie immagini digitali, ma anche di conservare tale marchio dopo la stampa in quadricromia (se l'immagine viene scannerizzata, il file derivato conserva il watermarking); esiste inoltre la possibilità di utilizzare un servizio di "spidering", cioè di ricerca automatica in Rete.

Il servizio di scansione della Rete cerca immagini marchiate con il watermark; se trova su un sito un'immagine contenente la filigrana, la decodifica, risale all'autore e gli invia un'email di report, indicando l'URL a chi risulta pubblicata la sua fotografia. Il programma di lettura "reader" di Digimarc è incluso in Photoshop e nella maggior parte dei programmi di photo-editing, e può comunque essere scaricato gratuitamente da: <http://www.digimarc.com/support/downloads.asp>

Per marchiare le proprie immagini e ottenere l'inserimento nel database centrale di Digimarc, invece, occorre acquistare il servizio. Vedi a:

<http://www.digimarc.com/comm/mypicturemarc.asp>

USARE LA PENNA

Anche se può sembrare banale, lo ricordiamo, perché, anche se "banale" va assolutamente fatto: accompagnare sempre i supporti dei file con etichettature che indichino chiaramente i termini di concessione dei diritti d'uso, scrivendole in fattura, sulle etichette ed eventualmente in un file di testo che accompagna le immagini.

La dicitura tipo potrebbe essere: "Le immagini trasmesse con questi files sono concesse per uso (indicare la specifica degli usi concessi). Tutti gli altri utilizzi sono interdetti, ai sensi della Legge 633/41 e successive modifiche, e ai sensi del Trattato Internazionale di Berna sul Diritto d'Autore. La menzione del nome dell'autore è obbligatoria, ai sensi del DPR 19/79."

LA LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE: PERCHÉ

Nella scarsità di elementi ufficiali nell'uso delle immagini fotografiche l'unico punto fermo è la Legge sul diritto d'autore in generale, in buona parte riferita anche alla fotografia nelle sue implicazioni artistiche e commerciali.

Tuttavia, la Legge - come ora vedremo - è nata per difendere la creatività di alcune attività umane, e non la professionalità del fotografo, lasciando così scoperti molti punti nevralgici della professione e, quel che è peggio, fornendo anche la possibilità, in campo squisitamente commerciale, di tendere trappole al fotografo o all'utente sprovvisto, agendo comunque in tutta legalità.

LA CREATIVITÀ, NON LA PROFESSIONALITÀ

Prima di valutare un qualsiasi altro aspetto della Legge, è indispensabile comprendere quale ne sia lo scopo e, soprattutto, quale lo spirito animatore ed ispiratore, a cui i Legislatori si sono uniformati. Molte delle incomprensioni e delle errate valutazioni, infatti, sorgono dal volere attribuire scopi e intenzioni che alla Legge sono completamente estranei.

Alla base di tutto sta questa considerazione: nelle attività dell'uomo è possibile dar vita ad imprese, servizi e prodotti divisibili in due grandi categorie, fra loro differenti per la presenza o meno del fattore "creatività".

Spieghiamoci. Un imprenditore che avvii una produzione di bulloni d'acciaio potrà condurre questa sua lavorazione con capacità imprenditoriale, con abilità tecnica, con elevati standard qualitativi; tuttavia, il prodotto del suo lavoro saranno sempre dei bulloni; magari ottimi, ma: bulloni. Se un altro artigiano ricorresse agli stessi macchinari, materiali e metodi, potrebbe ottenere un risultato finale uguale.

Ancora; un abilissimo tecnico nella riparazione di orologi di precisione potrebbe essere un professionista di preparazione eccezionale; tuttavia, se il suo assistente venisse "istruito" con scrupolo, potrebbe un giorno eguagliarne le capacità, ed ottenere risultati uguali.

Questi e mille altri casi simili sono situazioni in cui, indipendentemente dall'elevata professionalità dell'operatore, il lavoro da essi svolto è frutto dell'intelligenza, ma non frutto di creatività.

Tutt'altra situazione si verifica quando, invece, il lavoro produce un risultato unico nel suo genere, che reca impressa la traccia dello "stile" di chi lo ha ideato e, concretamente, non può essere in nessuna maniera eseguito in maniera identica da un altro operatore.

Anche se da uno stesso Conservatorio venissero formati più compositori, nessuno scriverà musiche identiche. Anche se due scrittori di narrativa venissero fatti vivere nella stessa situazione, assistere agli stessi avvenimenti, parlare con le stesse persone, ciascuno dei due scriverebbe un racconto diverso degli stessi avvenimenti. Ogni opera recherebbe in sé, impresso in modo indelebile, il "marchio" di un intelletto, di una creatività, di processi mentali, assolutamente unici.

Queste sono opere della creatività, oltreché dell'intelligenza. Queste sono opere che hanno non solo un esecutore, ma anche un Autore.

Dato che è possibile sfruttare commercialmente questo "di più" contenuto in alcuni lavori (e non contenuto in altri) è stata ideata una Legge intesa a definire e proteggere la proprietà e lo sfruttamento di questo elemento aggiuntivo che è la creatività. La Legge, in sostanza, non è stata ideata per definire cosa sia professionale o no, o, ancor meno, per garantire che i lavori ben fatti siano regolarmente costituiti. L'intento della Legge è quello di difendere, laddove esista, quel qualcosa di più che appartiene all'Autore come esclusiva concretizzazione della sua personalità, del suo ingegno.

Per meglio comprendere, vediamo un esempio più vicino alla professione fotografica. Supponiamo di valutare due immagini:

1) La prima, relativa ad una ripresa eseguita al microscopio; l'immagine documenta un rarissimo virus, isolato dopo quattro anni dallo stesso scienziato/fotografo; la ripresa è eseguita con largo uso di mezzi tecnici, e con perizia tecnica notevole.

2) La seconda, è un'immagine interpretativa, di ombre di passanti, ripresa da un giovane ragazzo con una fotocamera compatta.

Bene. Ai fini del diritto d'autore, la prima immagine sarà definibile come "semplice fotografia"; la seconda, come "opera dell'ingegno", protetta in tutto e per tutto dalla Legge, a differenza di quanto non capiti per lo scatto tecnologicamente perfetto ma privo di apporti creativi personali.

È dunque evidente come la Legge sia pensata per la completa tutela non tanto della professionalità del fotografo, quanto a garanzia della creatività dell'artista, anche se per esprimersi utilizza il mezzo fotografico.

OPERA DELL'INGEGNO O SEMPLICE FOTOGRAFIA

I Legislatori si sono dunque trovati dinanzi ad un dilemma imbarazzante. La Legge era prevista per proteggere le opere d'Autore, ed il loro guizzo di creatività, un "surplus" non presente in altri lavori.

Tuttavia, mentre le formule tradizionali di espressione artistica non creano alcun problema, la nuova "arte" fotografica era difficilmente inquadrabile, dato che con il mezzo fotografico è, sì, possibile produrre opere frutto di creatività, ma anche immagini ottenute pedissequamente, senza alcun apporto creativo. In sostanza, la Legge forgiata per mezzi espressivi come la musica, la letteratura, la scultura

(creative per loro stessa natura) si è trovata a dover "incasellare" un'arte in grado di produrre capolavori o prodotti insignificanti, alla stessa stregua dei bulloni del nostro esempio.

La legge tenta di togliersi dall'impiccio con una salomonica divisione, riscontrabile al punto 7 dell'art.2, che indica come protette in qualità di opere dell'ingegno: "Le opere fotografiche e quelle espresse con procedimento analogo alla fotografia, sempre che non si tratti di semplice fotografia protetta ai sensi delle norme del capo 5, titolo 2".

Concretamente, la Legge viene dunque pensata come completamente applicabile solo alle fotografie "creative" (opere dell'ingegno); per le altre immagini fotografiche viene appositamente redatto un titolo della Legge, che dia indicazioni e disposizioni "sui diritti connessi all'esercizio del diritto d'autore".

In sostanza, qualcosa di affine, abbinato per completezza, e non perché rientrante nella vera sfera di protezione del vero e proprio diritto d'autore. Molte voci, specialmente da parte degli operatori fotografici, si sono levate a protesta per la distinzione fra "Opera dell'ingegno" e "Semplice fotografia", divisione concettuale confusa e fonte di incomprensioni. Tuttavia, alla luce dello spirito della Legge testé esposto, è più che comprensibile il punto di vista del legislatore, chiamato a conciliare due aspetti quasi fra loro inconciliabili.

Il problema sta nel fatto che molti richiedono alla Legge sul diritto d'autore una funzione (e cioè la protezione della professionalità e del lavoro del fotografo) che non è l'intento della Legge, chiamata a proteggere l'artista, e non il tecnico.

LE OPERE DELL'INGEGNO

Ad ogni buon conto, pur nelle incomprensioni accennate, la Legge ha aspetti utilizzabili positivamente anche in tutti i settori commerciali, sia dal fotografo che dall'utente.

È comunque indispensabile sfruttare oculatamente le direttive della Legge, dato che si tratta di far funzionare" un testo in situazioni diverse da quelle per le quali era stato ideato. Abbiamo dunque visto come la Legge possa proteggere appieno le immagini "opera dell'ingegno", cioè quelle fotografie dove, indipendentemente dalla perizia tecnica, sia possibile riconoscere un apporto creativo. Il fotografo che dunque intenda produrre immagini che possano essere protette a tutti i sensi dalla Legge dovrà curare che le sue fotografie contengano sempre, quando possibile, una traccia del proprio gusto stilistico, o di studio compositivo. Ovviamente, determinare se e quanto un'immagine sia frutto dell'ingegno creativo non è cosa semplice per nessuno; sarà cosa buona, dunque, "aiutare" chi dovesse essere chiamato a valutarla tenendo presente, ad esempio, che:

a) L'uso corretto della tecnica di illuminazione non è 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 è 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 dovere 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 un catadiottrico per isolare idealmente il soggetto dallo sfondo, o di avere utilizzato il controllo 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. Altro aspetto basilare, ma poco risaputo, risiede nel fatto che l'Autore che abbia realizzato un'opera creativa ha la possibilità di cedere, relativamente alla sua opera, non solo il diritto di pubblicazione o, genericamente, di utilizzo, ma tutta una serie di possibilità fra loro distinte, ed autonomamente esercitabili. Si tratta di un

diritto sancito all'articolo 12 della Legge, ed in quelli seguenti.

In sostanza, il fotografo può, legalmente, cedere il diritto di riprodurre in tante copie un'immagine (art.13), senza che necessariamente debba cedere anche il diritto di usare economicamente tali copie (art. 17); oppure, può cedere il diritto all'utilizzazione economica ed alla pubblicazione, riservandosi in toto il diritto a pubblicare le sue opere in raccolta (art.18). Ancora: può vendere il diritto alla riproduzione dell'immagine, riservandosi la possibilità di elaborarla e di vendere i diritti su questa elaborazione (sempre art. 18).

Tutti questi aspetti, su cui torneremo diffusamente nel corso della sezione, sono aspetti del diritto d'autore fra loro completamente indipendenti (art.19), che vengono ceduti in blocco spesso solo per disinformazione. Attenzione, però: nel caso di lavori eseguiti su commissione la cessione completa dei diritti può avvenire automaticamente e senza che il fotografo intenda attivamente fare ciò.

LE SEMPLICI FOTOGRAFIE

Abbiamo dunque visto che le immagini fotografiche non contenenti elementi creativi non possono essere protette come opere d'Autore; per completezza di trattazione dunque, la Legge riporta le indicazioni del Capo 5, Titolo 2, che indica come comportarsi dinanzi alle immagini fotografiche non creative.

Il testo dell'articolo 87, che dovrebbe servire come definizione, fa sorridere qualsiasi professionista dell'immagine.

La descrizione, volenterosa negli intenti dei Legislatori, è infatti estremamente fumosa, indicando come "fotografie" (e dunque non "opere" creative) testualmente: "le immagini di persone o di aspetti, elementi o fatti della vita naturale e sociale, ottenute col processo fotografico o con processo analogo".

Praticamente: tutto.

In realtà, la descrizione si contrappone a quella dell'articolo 1, che parla di opere dell'ingegno di carattere creativo. In sostanza, l'affermazione vuole essere: sono semplici fotografie tutte le immagini fotografiche che non contengano altro che la riproduzione della realtà, pari pari, senza interventi od interpretazioni creative.

Quello che più ci interessa, comunque, non è la forma della definizione, quanto il regime a cui vengono ad essere soggette le immagini descritte come "fotografie" e non elevabili al rango di "opere".

Per una prima trattazione, basterà evidenziare questi punti: se si è in presenza di "fotografie" e non di "opere creative":

1) In assenza di accordi scritti, i diritti di utilizzo delle immagini commissionate passano automaticamente e completamente al cliente, che ha diritto anche al possesso del negativo (art. 88).

2) Sempre in assenza di diversi accordi scritti, è sufficiente cedere il negativo al cliente perché questi acquisisca per Legge tutti i diritti di sfruttamento economico dell'immagine (art.89). Due esempi che si commentano da soli: al di fuori della sfera di protezione particolare riservata alle immagini "opere creative", la Legge è di ben scarso aiuto al fotografo, a cui invece tende pericolosi tranelli in caso di disinformazione.

LA DURATA DELLA PROTEZIONE

Molto riassuntivamente:

a) Le fotografie creative vengono protette per 70 anni dalla data di morte dell'autore. Questo significa che non è più possibile, come prima, contare su di una data precisa da cui le immagini sono da considerarsi di pubblico dominio.

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.

c) Non esiste più il prolungamento di 6 anni per le opere prodotte prima della guerra.

2- MENZIONE DEL NOME DELL'AUTORE

IN DUE PAROLE

Il nome del fotografo che abbia realizzato un'immagine con connotati interpretativi va sempre citato, per obbligo di legge (estensione introdotta dal Dpr 19/79, articolo 20 e seguenti della citata legge 633/41).

Nel caso in cui, invece, l'immagine sia una "semplice fotografia" – vedi descrizione nelle pagine precedenti – l'obbligo alla citazione del nome può derivare da un accordo fra le parti, ma non è previsto automaticamente per legge.

Poiché le consuetudini commerciali spesso non sono completamente parallele al disposto di legge, la soluzione migliore è il prevedere espressamente i termini dell'accordo, anche su questo aspetto, fra fotografo ed utilizzatore. Nel caso di foto creative, tali accordi possono essere modificati dall'autore anche dopo averli sottoscritti.

LA CITAZIONE DELL'AUTORE PER LEGGE

Citare il nome del fotografo: non si tratta di puntiglio, di orgoglio personale o di desiderio di notorietà.

Tuttavia, la richiesta del fotografo di indicare chiaramente il proprio nome, come autore, nei vari utilizzi delle immagini viene spesso accolta come un capriccio, una richiesta dettata dalla vanità.

Anche se, nella maggior parte dei casi, il fotografo chiede la menzione del proprio nome unicamente perché reputa che ciò sia una sorta di promozione della sua attività, in realtà il discorso potrebbe avere ben altro spessore.

E l'articolo 8 della Legge a enunciare un dettame che è impossibile ignorare: "E reputato autore dell'opera, salvo prova contraria, chi è in esso indicato come tale nelle forme d'uso".

E chiaro che l'importanza della citazione è tutt'altro che marginale, dato che viene posta in discussione addirittura l'attribuzione della paternità dell'opera. Se venisse indicato un nome errato o fasullo, occorrerebbe provare il contrario, per correggere l'abuso derivante, e cioè l'attribuzione della paternità e dei diritti ad altra persona.

Sempre nell'articolo 8 leggiamo della validità anche dello pseudonimo, o nome d'arte, come citazione legittima ed identificativa; vale la pena di ricordare in margine che lo pseudonimo deve essere pubblicamente noto, affinché abbia un qualche valore.

LA PATERNITÀ DELL'OPERA, CITAZIONE OBBLIGATORIA

È stato con l'aggiornamento della Legge (di per sé datata 1941) che, nel 1979, si è conferita una maggiore dignità all'opera fotografica.

Così, grazie all'articolo 20 della Legge nella sua attuale forma, l'utente dell'immagine è tenuto ad indicare sempre l'autore nelle forme di utilizzo.

Non solo. All'articolo 21 troviamo un'affermazione che dà particolare forza alla posizione dell'autore; vi si sancisce, infatti, che anche a dispetto di un differente precedente accordo, l'utente della fotografia è obbligato alla citazione dell'autore, quando questi lo desidera.

L'autore ha anche il diritto di impedire modifiche ed alterazioni all'opera (art.20).

Una puntualizzazione in questo senso. Molti fotografi suppongono di poter intervenire, in nome di questo articolo, contestando anche le minime varianti e le modifiche minori: un riquadro dell'immagine rifilandone i bordi, la cattiva stampa, il passaggio in B&N di una foto a colori, l'inserimento di un titolo.

Attenzione: la Legge indica che il fotografo può opporsi a "qualsiasi deformazione, mutilazione od altra modificazione e ad ogni atto a danno dell'opera stessa che possano essere di pregiudizio al suo onore o alla sua reputazione".

Dunque, non contestazioni in semplici fatti minori di gusto o sensibilità: il testo parla di modifiche che possano essere lesive dell'onore o della reputazione del fotografo, non di variazioni che egli possa non gradire appieno.

Quando, invece, si sia accettata (per iscritto) la realizzazione di una modifica alla propria fotografia, non è più possibile ritrattare la concessione (art.22).

Questi diritti, detti diritti morali, sono inalienabili.

Non possono essere venduti, non vengono ceduti con i diritti di utilizzo economico. Così, anche se il cliente avesse sostenuto le spese per la realizzazione dell'immagine, acquistato tutti i diritti in ogni campo, e fosse divenuto in tal modo proprietario dell'originale, permarrrebbe sempre la possibilità, per il fotografo, di pretendere la citazione del suo nome come autore (art.20).

QUANDO TERMINA L'OBBLIGO DI CITAZIONE DELL'AUTORE

Mai, per le fotografie "opere creative".

Nonostante il fatto che i diritti di sfruttamento economico dell'immagine decadano dopo 70 anni dalla data di morte dell'autore, il diritto ad essere riconosciuti come autori dura per sempre, e dopo la morte dell'autore è propagabile ai discendenti ed ascendenti in linea diretta, senza limiti di tempo.

Per le "semplici fotografie" il problema non si pone: non esiste alcun obbligo alla citazione dell'autore, né durante il diritto di sfruttamento economico (di soli 20 anni), né tantomeno dopo. L'unico caso, per queste immagini, che richiede obbligatoriamente la citazione dell'autore è quello nel quale si sia riprodotta una fotografia ad uso di antologie scolastiche (art.91), o riprendendola da una pubblicazione (artt.65 e seguenti).

OPERE COLLETTIVE: CHI VIENE CONSIDERATO AUTORE

A proposito di attribuzione della paternità delle opere, vanno ricordati due casi particolari, nei quali entrano in gioco più di una persona:

a) L'opera editoriale, libraria, espositiva, ecc, intesa come raccolta autonomamente gestita di altre opere.

b) L'opera fotografica eseguita collettivamente, cioè firmata da uno studio fotografico e non dal singolo.

a) Quando viene realizzata una raccolta di fotografie e testi come potrebbe essere un numero di una rivista, un libro fotografico, ma anche una multivisione, una mostra itinerante, ci si trova dinanzi ad una sorta di diritto d'autore a "scatola cinese". Infatti, fermo restando il diritto esercitabile da ogni autore sulle sue singole opere che compongono la raccolta (fotografie e testi), la persona che ha curato il coordinamento e l'assemblamento di questi elementi in un tutt'uno organico è, a sua volta, titolare del diritto d'autore sull'opera nel suo insieme (art.3).

Su di una multivisione, dunque, o su di un libro fotografico, esistono due livelli di diritti: quelli propri delle persone che hanno realizzato le singole immagini, e quello - relativo all'opera finale nel suo insieme - spettante al coordinatore di quell'opera.

Dunque, il fotografo non diviene unico depositario dei diritti derivanti dalla raccolta di una parte delle sue immagini, dato che esiste un ulteriore livello "esterno" di diritto d'autore sull'opera nel suo complesso.

b) Un aspetto solitamente ignorato ma da tenere in attenta considerazione è il fatto che un'immagine fotografica realizzata da uno studio fotografico e pubblicata sotto quel nome comune, genera un diritto d'autore distribuito fra tutti i soci dello studio, secondo le proporzioni stabilite dall'atto costitutivo (a meno che non si stilino diversi accordi scritti). Ciascun socio dello studio, dunque, è coautore della fotografia, e può opporsi alla pubblicazione ed all'utilizzo della stessa (art.10).

Quando non si desidera questa "attribuzione collettiva" è possibile far indicare, come autore dell'immagine, il binomio: "Studio fotografico XYZ - immagine di: Autore"; in

copyright, diritti e contratti in fotografia professionale

tal modo, per effetto del già citato art.8, l'indicazione è sufficiente ad attribuire la corretta paternità.

3 – PROTEGGIBILITÀ DELLE IDEE

IN DUE PAROLE

In linea di massima, le idee in sè non sono proteggibili, in nessuna legislazione mondiale, mentre si possono proteggere le opere realizzate.

Si può invece procedere contro un rifacimento della foto (plagio) o contro la riproduzione indebita della stessa.

L'IDEA IN SÈ NON È PROTEGGIBILE.

Le idee che stanno dietro alle immagini fotografiche ed alle campagne pubblicitarie sono proteggibili solo nella loro concreta realizzazione, ma non come concetti astratti.

Il dubbio nasce dinnanzi alla constatazione, innegabile, che spesso nel mondo delle immagini si tende ad ispirarsi in maniera anche piuttosto cospicua ai lavori altrui.

Così, osservare attentamente un'immagine fotografica o grafica, ed utilizzarne anche abbondantemente degli spunti per rifare immagini similari appare un'operazione all'ordine del giorno.

L'operazione appare normale per chi la compie attivamente (chi si "documenta" guardando il lavoro altrui), mentre risulta assai meno piacevole ed accettabile per chi aveva realizzato la prima versione dell'opera che poi funge da elemento ispiratore di altri.

Situazione analoga è quella che si verifica dinnanzi ad un'idea che sottende la realizzazione di uno spot pubblicitario.

Ora, la lecita domanda è questa: fino a che punto operazioni di questo genere sono ammissibili? In altre parole, fino a dove ci si può spingere nell'ispirarsi a lavori altrui, e quando è possibile ribellarsi ad operazioni di "robbery" da parte di altri?

Il problema è molto meno semplice di quanto non si potrebbe desiderare.

Infatti, il nodo della questione sta nel fatto che per proteggere qualcosa la legge ha bisogno di un elemento concreto a cui fare riferimento; ora, mentre le opere effettivamente e concretamente realizzate sono un'espressione concreta, e proteggibile, del pensiero, l'idea in sè stessa è molto meno definibile e, di fatto, meno proteggibile.

Come se non bastasse, nel caso delle pure "idee" resta sempre il dubbio della priorità con cui tali idee sono state effettivamente partorite; mentre è possibile determinare quando è stata realizzata in specifico un'opera, resta praticamente impossibile determinare CHI ha avuto una determinata intuizione e QUANDO la ha avuta. Il fatto di depositare presso un notaio, o presso la SIAE, una descrizione dell'idea è cosa ininfluente. Chi mai potrebbe garantire che quell'idea depositata non era in realtà stata prima copiata da qualcun'altro? Chi mai potrebbe garantire che la persona che ha depositato l'idea rivendicandola come sua, in realtà non l'aveva carpiata ad un amico, chiaccherando a cena con lui la sera precedente?. Nessuno, appunto.

In realtà, occorre attirare l'attenzione sul fatto che il complesso di norme che regola il diritto d'autore è pensato, per tutte le legislazioni anche internazionali, al fine di proteggere le opere ultimate, e non l'idea che ne sta alla base.

Questo significa che la fotografia, l'immagine o comunque l'opera non ancora realizzata NON può essere protetta, ed anche che il fatto di ispirarsi ad opere già realizzate, senza peraltro copiarle pedissequamente o plagiarle, nella maggior parte dei casi non è azione perseguibile.

Così, il timore di molti trova un'effettiva corrispondenza nella realtà: lasciare in visione delle immagini in una agenzia pubblicitaria, o presso il cliente, effettivamente apre la strada alla possibilità che il cliente si "ispiri" a tali immagini, senza che poi nulla sia dovuto, e senza che la cosa possa essere impedita.

Alla stessa stregua, ispirarsi anche in maniera determinante ad uno spot visto

passare su di un canale straniero, è in sé operazione di fatto non perseguibile, a meno che non si sconfini nel rifacimento di quel filmato. Oltretutto, l'eventuale diversità dello Stato aggiunge notevoli problemi logistici, e relativi costi, all'azione legale già di per sé incerta.

D'altronde, il creativo d'agenzia ed il fotografo stesso si ispira come crede al lavoro dei suoi colleghi.

La legislazione resta approssimativa non tanto per un difetto della legge in sé, quanto per un'oggettiva natura molto sfumata del problema.

SI PUÒ FARE QUALCOSA PER I FURTI DI IDEE?

Allora, nulla da fare sul piano dei furti di idee?

Certamente sì, qualcosa è fattibile, ma con dei limiti.

Esistono, come è evidente, dei casi effettivamente di non semplice soluzione, ma per ogni caso incerto se ne verificano centinaia molto ben identificabili, nel senso che è possibile definire a priori e con ragionevole certezza se l'ispirazione tratta da un'altra opera è cosa lecita o meno.

Vediamo nel dettaglio.

1) Certamente, è illecito il caso in cui si riproduce un'immagine, un disegno, uno spezzone. È quel tipo di operazione che compie, ad esempio, un editore quando pubblica un'immagine senza autorizzazione, o un cliente quando utilizza un'immagine senza avere pagato il fotografo. Anche l'impiego di un passaggio filmico duplicato abusivamente rientra in questo caso, come l'acquisizione per via elettronica di una fotografia od un disegno.

L'illecito deriva dal fatto che l'immagine viene duplicata, sfruttando un diritto - appunto quello di riproduzione - che appartiene all'autore e che, per passare al cliente, deve essere autorizzato, a pagamento o gratuitamente.

2) Certamente si è dinnanzi ad un illecito quando un operatore utilizza immagini altrui, millantandone la paternità morale. Si tratta delle situazioni in cui il fotografo od il creativo - e ne esistono - raccolgono immagini qua e là da cataloghi e riviste e le inseriscono nel loro portfolio, dichiarando che si tratta di loro lavori, quando in realtà ciò non è vero. In questo caso, si tratta di usurpazione dell'opera.

Evidentemente, si tratta di un'operazione fuori legge. Tuttavia, date le probabilità minime di essere colti in fallo, alcuni personaggi scorretti adottano questo sistema per rimpinguare il proprio portfolio, aggiungendovi quelle immagini stampate che spesso il cliente vuole vedere a dimostrazione della credibilità professionale del fotografo, o filmati che siano testimonianze della propria capacità organizzativa.

Fintanto che l'operazione resta circoscritta in questi ambiti, si tratta di una scorrettezza molto negativa sul piano morale, ma che non implica concreti danni per nessuno, a patto che l'"usurpatore" sia effettivamente in grado di realizzare immagini equivalenti a quelle "usurate". Per alcuni, è semplicemente un modo per scavalcare quella fase di stallo in cui i clienti chiedono di vedere dei lavori pubblicati, per poter affidare qualche pubblicazione. Il gatto, così, si morde la coda.

Il sistema è comunque sconsigliabile. Oltre ad essere cosa scorretta moralmente, alle poche probabilità di essere scoperti fa da contraltare il grave peso della squalificazione che deriverebbe dalla scoperta del gioco.

3) Certamente si tratta di un illecito la situazione nella quale, partendo da un'immagine o da un'idea altrui, si realizza un rifacimento pedissequo dell'opera a cui ci si rifà. In questo caso si parla di "plagio". Per "plagio" si intende il rifacimento ad un'altra opera fotografica, o ad un'altra idea pubblicitaria, appropriandosi, di questa, non tanto e non solo di un generico elemento ispiratore, quanto proprio della cosiddetta "forma" dell'opera stessa, imitandola in maniera scorretta.

È il caso, cioè, in cui il rifacimento ricalca anche l'aspetto esteriore dell'immagine o l'organizzazione materiale del filmato.

4) Molto più delicato è il caso, invece, in cui dall'osservazione di un'opera altrui sia scaturita una nuova idea, in qualche modo collegata, anche conseguentemente, all'idea originaria, senza che tuttavia ci sia un vero e proprio rifacimento dell'opera di

partenza.

Le discussioni e le diatribe in giurisprudenza hanno tentato di sezionare i parametri delle opere creative, per giungere ad enucleare quale porzione fosse riprendibile liberamente e quale dovesse essere protetta dal diritto d'autore.

L'operazione di chiarificazione è riuscita parzialmente; da un lato, infatti, si è giunti ad una certa suddivisione teorica; dall'altro il problema è solo spostato un pò più a valle, dal momento che resta il problema di decidere, di volta in volta, se l'elemento incriminato rientri in una categoria o nell'altra; il che è sempre cosa ardua a dimostrarsi.

Inizialmente si è semplicemente ipotizzata la distinzione fra la "forma" dell'opera ed il suo "contenuto". Secondo questa distinzione, si potrebbe riprendere il contenuto dell'opera, ma non la forma con la quale tale contenuto è stato espresso.

A questa suddivisione oggettivamente un pò troppo spartana si è in seguito aggiunto il concetto di "forma interna", di "forma esterna" e di "contenuto"; la prima e la seconda sarebbero protette (rispettivamente, il modo con cui sono presentate le idee, e lo stile che sottende tale tecnica), mentre il contenuto resterebbe non difendibile.

Questo ultimo caso determina, chiaramente, tutti i casi di possibili contenziosi. L'oggetto del contendere resta indefinito, e resterà sempre tale: per tutte le situazioni non immediatamente distinguibili, finisce per pronunciarsi un giudice, se non si perviene ad un accordo in caso di contestazione.

Un criterio abbastanza valido per individuare - a grandi linee - se si tratti o meno di plagio è quello di valutare la riconoscibilità dell'opera o fotografia originaria in quella derivata. Se la maggior parte delle persone, non influenzate a parte, riconoscono nella seconda immagine i tratti essenziali della prima immagine, con ogni probabilità (ma non certezza) si tratta di plagio.

Normalmente, tuttavia, in questi casi finisce con l'avere ragione... chi può pagare l'avvocato migliore.

5) Il rimaneggiare e rielaborare fisicamente (in camera oscura o a computer) un'immagine, reinterpretandola, non è comunque un'operazione che possa essere vista come semplice ispirazione.

Il diritto all'elaborazione creativa è infatti un diritto esplicitamente sancito dalla legge sul diritto d'autore, e di proprietà originaria di costui.

Se lo desidera, il fotografo autore può poi vendere tutti i diritti, compresi quelli di elaborazione; ma se non lo fa, questi restano in capo a lui, e solo lui può elaborare creativamente le sue immagini, oppure concedere o negare ad altri il permesso di farlo.

In questo senso, l'intervento "fisico" di rimaneggiamento di immagini altrui resta sempre, e con certezza, un illecito perseguibile.

LE SITUAZIONI RIVENDICABILI E NON

Alcuni chiarimenti sui termini legati all'argomento ed utilizzati in questo commento

a) Il termine "**riproduzione illecita**" è abbastanza immediato da non richiedere particolari spiegazioni. È quel tipo di operazione che compie, ad esempio, un editore quando pubblica un'immagine senza autorizzazione, o un cliente quando utilizza un'immagine senza avere pagato il fotografo.

b) Per "**usurpazione**" si intende l'appropriazione e l'attribuzione indebita della paternità di un'immagine.

Il fotografo - e ne esistono - che raccoglie immagini qua e là da cataloghi e riviste e le inserisce nel suo portfolio, dichiarando che si tratta di suoi lavori, quando in realtà ciò non è vero, "usurpa" il diritto d'autore dell'effettivo autore fotografo.

c) Per "**plagio**" si intende il rifacimento ad un'altra opera fotografica appropriandosi, di questa, non tanto e non solo di un generico elemento ispiratore, quanto proprio della cosiddetta "forma" dell'opera stessa, imitandola in maniera scorretta.

Restano quindi tre "zone":

Una zona che chiameremmo "nera", illecita, alla quale si riferiscono tutti i veri e propri plagii, che sono rifacimenti pedissequi e con imitazione servile dell'opera. In sostanza, tutte le immagini che sono quello che chiunque definirebbe una "scopiazzatura".

Una zona "bianca", opposta, a cui corrispondono tutte quelle operazioni per le quali ci si ispira al lavoro di altri, traendone motivi di spunto anche diffusi, ma senza plagiare il lavoro altrui.

Ed infine, la zona "grigia", che resterà sempre tale: né nero, né bianco, per tutte le situazioni non chiaramente distinguibili, e sulle quali finisce per pronunciarsi un giudice, se non si perviene ad un accordo in caso di contestazione.

Un valido criterio per individuare - a grandi linee - se si tratti o meno di plagio è quello di valutare la riconoscibilità della fotografia originaria in quella derivata. Se la maggior parte delle persone, non influenzate a parte, riconoscono nella seconda immagine i tratti essenziali della prima immagine, con ogni probabilità (ma non certezza) si tratta di plagio.

Normalmente, in questi casi ha ragione chi può pagare l'avvocato migliore.

ALTRI CONCETTI LEGATI ALLA PROTEZIONE DELLE IDEE

"Brand"

È un elemento, solitamente un concetto in senso lato ma anche un nome, un marchio, un'immagine, e la combinazione di questi, che possano distinguere in modo "forte" ed univoco un prodotto od un servizio.

"Foto Alinari", "TAU Visual", "Kodak" - ma anche "Coca Cola" - ne sono esempi. Il nome di un "brand" a cui sia stata data una protezione tramite registrazione si chiama "marchio registrato" o "trademark".

"Brevetto"

Niente a che vedere con la proteggibilità delle fotografie e delle idee di immagini. Si tratta di una forma di protezione intellettuale mediante registrazione, garantita (con regole diverse a seconda degli Stati) all'insieme di caratteristiche di una invenzione che abbia carattere di novità ed innovazione rispetto a quanto già esistente.

"Contraffazione"

È il termine che descrive l'operazione che tende a generare volutamente confusione fra un prodotto originale ed uno che lo imita. Non si applica alla fotografia.

"Convenzione di Berna"

È il trattato multilaterale sulla protezione del copyright firmato nel 1886 a Berna (Svizzera), e poi rivisitato più volte, fino alla stesura attuale del 1971, ed ora (dal 1996) inglobato nella conferenza dell'Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale (WIPO). La convenzione stabilisce i diritti morali di attribuzione e integrità, oltre che certi diritti economici esclusivi relativi alla riproduzione di un'opera.

"Copyleft"

Richard Stallman nel 1984 conia questo termine, contrapposto a "copyright", per intendere un bene intellettuale che spontaneamente venga posto a libera disposizione degli utenti, purchè non lo utilizzino per finalità commerciali e purchè, a loro volta, lo pongano a libera disposizione degli altri utenti, alle stesse condizioni.

"Proprietà Intellettuale"

La proprietà intellettuale è riferita in generale alle idee creative che possano avere un valore commerciale.

La proprietà intellettuale si divide in due categorie:

- a) la proprietà industriale - che include le invenzioni brevettate, i marchi registrati (trademark), il design industriale, e l'indicazione geografica tipica;
- b) il copyright - che include tutte le opere artistiche come la fotografia, la prosa, la poesia, i testi teatrali, le opere musicali, i disegni, i dipinti, e le sculture.

DIRITTI NELLE IMMAGINI ED ELABORAZIONI DIGITALI

Il problema di fondo è questo: partendo dal presupposto che è fisicamente possibile

effettuare profonde modifiche ed elaborazioni sulle immagini fotografiche, quali diritti vanno rispettati, e quali nuovi diritti si generano su queste nuove immagini?

E cioè: è possibile, ed in che misura, utilizzare immagini altrui per realizzare delle elaborazioni elettroniche o fotografiche, e la nuova immagine a chi appartiene?

Prima di dare una risposta nel dettaglio a questo problema, è indispensabile chiarire un paio di punti basilari.

Quando un creativo qualsiasi (fotografo, disegnatore, operatore video) realizza un'immagine creativa "ex novo", acquisisce un duplice tipo di diritto: un diritto morale (che contiene il diritto alla citazione del nome), ed un diritto patrimoniale, cioè la possibilità di sfruttare economicamente questo suo lavoro, o di venderlo ad altri. E questo è noto ai più.

Quello che si sa meno frequentemente, tuttavia, è che la legge prevede (agli articoli da 12 a 19) una serie di diritti economici **DISTINTI** gli uni dagli altri: diritto di pubblicare, di riprodurre, di diffondere a distanza, di commerciare, di elaborare, di antologizzare, di modificare la sua opera. Ciascuno di questi diritti è indipendente, e può essere oggetto di separate contrattazioni, in caso di vendita di qualche diritto d'uso.

E qui si entra nel vivo del discorso.

Grazie a quanto previsto da questi articoli, quindi, chi ha realizzato un'immagine creativa gode di un esplicito diritto all'elaborazione ed alla modifica: un diritto autonomo, che può essere ceduto ad altri (ad esempio, quando si cedono tutti i diritti) oppure no.

Quando viene ceduto, supponiamo, il diritto di pubblicazione (ad esempio ad una rivista), o quando si cedono tutti i diritti di riproduzione per impieghi pubblicitari l'autore **NON** ha ceduto automaticamente anche il diritto di rielaborazione, che resta a lui.

In sostanza, o l'autore cede **TUTTI** i diritti, senza altra distinzione (ed in questo modo vende anche il diritto di rielaborazione), oppure quel diritto in specifico non è stato venduto, e quindi nessuno, nemmeno il cliente che ha acquistato gli altri diritti, ha la possibilità di rielaborare l'immagine in questione.

Men che meno, ovviamente, questo diritto compete a chi - riproducendo l'immagine da una rivista, un poster, una banca dati, una cartolina - la utilizzi per sue elaborazioni, anche se creative ed anche se stravolgono l'immagine di partenza.

Tutti sappiamo come sia una consuetudine molto diffusa quella di "rubare" particolari di altre immagini per utilizzarle all'interno di elaborazioni. Un classico, in questo senso, sono i fondali (cieli, nuvole, fondi colorati), avendo la ragionevole sicurezza che sia molto difficile l'identificazione della foto di partenza. Come è abbastanza evidente, in ogni caso, si tratta di un'illecito.

Illecito in un certo senso "veniale", in quanto arricchimento senza causa e lesione di un diritto patrimoniale collaterale, quando si rubacchiano i fondali, o porzioni insignificanti (ma sempre illecito perseguibile); una lesione più ampia (sia diritto patrimoniale che diritto morale) quando si riproducono immagini di natura interpretativa, anche se per rielaborarle.

Sul piano legale, quindi, per potere elaborare un'immagine qualsiasi, od un particolare, occorre avere in qualche modo acquisito anche lo specifico diritto di elaborazione, il che avviene normalmente in tre soli casi:

- a) quando l'autore vende le sue immagini realizzate su commissione senza specificare la destinazione d'uso ceduta;
- b) Quando la cessione viene effettuata indicando in esplicito la cessione di tutti i diritti, senza altra indicazione.
- c) Quando l'immagine è caduta in pubblico dominio (attualmente, 70 anni dalla morte dell'autore per le opere fotografiche creative, oppure 20 anni per le fotografie non creative).

In tutti gli altri casi, la riproduzione delle immagini senza assenso dell'autore è illecita.

Va infine evidenziato un aspetto abbastanza importante: quando qualcuno esegue

un'elaborazione creativa, la nuova immagine realizzata genera un suo nuovo diritto di autore e di utilizzo. Cioè, FERMI RESTANDO i diritti dell'esecutore dell'immagine di partenza, chi realizza l'elaborazione creativa produce una nuova opera, distinta dalla precedente. Si tratta di un diritto d'autore a "scatola cinese": il primo autore ha tutti i diritti, in origine; tuttavia, se vende anche il diritto di elaborazione (cedendo indistintamente i diritti), chi avesse in un secondo momento effettuato un'elaborazione creativa genera una nuova ed indipendente opera, autonoma in tutto e per tutto da quella di partenza.

ASPETTI FISCALI

FOTOGRAFIA COME CESSIONE DEL DIRITTO D'AUTORE

La cessione ai fini fiscali di una foto come cessione del diritto d'autore non è, nel senso tecnico, una configurazione di attività, ma rappresenta una formula di descrizione fiscale per molti versi conveniente, anche se applicabile solo in alcuni specifici casi, e non al di fuori di questi.

Come tutti sappiamo, quando un'immagine viene ceduta per fini editoriali o pubblicitari (in pratica, per essere riprodotta in molti esemplari) la soluzione migliore è quella di venderne il diritto d'uso detto anche diritto di riproduzione.

Vendendo "la fotografia", infatti, si cedono, spesso involontariamente, tutti i diritti ad essa collegati. Piuttosto che vendere l'immagine, è meglio concedere i diritti di utilizzo anche per lunghi o lunghissimi periodi (anche 10 anni), senza tuttavia che il cliente creda di acquistare le immagini creative così come si acquista del legname od un rubinetto.

Questa operazione corrisponde ad una cessione limitata del diritto d'autore: concretamente, si tratta del diritto che un autore di fotografie ha di far usare ad altri le sue opere. Questo genere di cessione corrisponde civilisticamente ad una cessione di un diritto d'autore.

Il fatto che la cessione del diritto d'autore delle fotografie fosse descrivibile anche fiscalmente come tale, con le semplificazioni che ne conseguono, è stato oggetto di un vuoto normativo durato 18 anni.

In risposta ad un quesito posto al Ministero delle Finanze da TAU Visual, il Ministero stesso ha recentemente diramato una Risoluzione Ministeriale (la 94/E del 30 aprile 1997) che chiarisce finalmente la posizione del Fisco su questo argomento, rimasto oggetto di dubbio tanto a lungo, e cioè dall'introduzione della fotografia fra le opere protette a pieno titolo dalla legge 633/41 sul Diritto d'Autore.

Nel 1977, infatti, il Ministero aveva escluso la possibilità di applicare alle fotografie il trattamento fiscale agevolato riservato alle opere del diritto d'autore, perché la fotografia veniva vista solo come opera di "serie B".

Nel 1979, però (cioè due anni dopo quel parere del Ministero delle Finanze) la Legge sul diritto d'Autore cambiava, introducendo anche la fotografia, se creativa, fra le opere protette a pieno titolo.

Così, si era venuto a creare un vuoto interpretativo, stante che l'unico parere ufficiale dello Stato non era più attuale.

L'Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual ha dunque rivolto (all'inizio del 1995) un'istanza di conferma interpretativa, in risposta alla quale, dopo un lungo iter all'interno del Ministero, alla Siae ed all'Avvocatura di Stato, è stata diramata la Risoluzione 94/E del 30/4/97, che conferma come per le fotografie creative - ma solo per queste - sia applicabile il regime di esclusione Iva.

QUANDO È IPOTIZZABILE FISCALMENTE LA CESSIONE DEL DIRITTO D'AUTORE

Innanzitutto, un chiarimento di base: per certo, questa soluzione NON può essere applicata per immagini pubblicitarie o commerciali (quindi, solo destinazioni editoriali).

Inoltre, è applicabile solamente da parte di liberi professionisti, o da fotografi che cedano tale diritto come persone fisiche, e cioè al di fuori della loro attività di imprenditori fotografi. Nel caso dell'impresa, le cessioni del diritto d'autore vengono attratte nel normale regime IVA ed Irpef.

Si tratta di un regime molto semplificato (fuori campo IVA, imponibile Irpef per il solo 75% , ed esente sia dalla contribuzione Inps come artigiani, sia dal contributo che pagano i professionisti).

Occorre, infine, che la cessione del diritto d'autore appaia evidenziata per iscritto fra le parti.

Riassuntivamente, quindi, tale regime è applicabile in questi casi:

A) Impieghi solo editoriali, non commerciali o pubblicitari.

B) Cessione effettuata da un professionista, o da persona fisica (al di fuori dell'attività di un'impresa)

C) Immagini creative.

D) Accettata per iscritto dal cliente.

Se sussistono questi requisiti, la prestazione viene descritta non con una fattura IVA, ma con una semplice ricevuta, con valore fiscale, redatta su carta libera in due copie, con i dati normalmente riportati in fattura, ma con numerazione a sé stante, e cioè non all'interno della numerazione di eventuali fatture. Sull'originale si applica una marca da bollo su originale, ed indicando esclusione IVA ex art. 3 DPR 633/72. Questi redditi vanno indicati nell'apposito quadro di redditi di lavoro autonomo (cioè separatamente da quelli di un'attività di impresa).

Le semplificazioni di tale regime sono così riassumibili:

a) Alla prestazione non viene applicata IVA.

b) L'imponibile Irpef scende al 75%. Cioè, su 1.000 euro di reddito, sono imponibili 750 euro. La quota restante è detratta come deduzione forfittaria per le spese di produzione dell'opera. La ritenuta d'acconto è del 20% (dal 1998) sul 75% (cioè, nell'esempio, 20% di 750 euro). Attenzione, però: questa deduzione forfittaria non permette di dedurre anche delle spese analiticamente.

c) Il reddito non è soggetto al contributo INPS.

Un chiarimento va fatto per quanto concerne l'applicabilità limitata alla persona fisica.

Perché sia possibile applicare il regime agevolato, la cessione del diritto d'autore ai fini fiscali deve essere effettuata al di fuori di un'impresa commerciale. Questo significa che la cessione deve essere fatta o da un fotografo libero professionista (vedi Risoluzione Ministero delle Finanze 129/E 17 luglio 1996), oppure dal fotografo titolare di un'attività di impresa, che fattura le normali prestazioni di servizi (produzioni, immagini di matrimonio o di catalogo, immagini non creative) come impresa, mentre cede come persona fisica (a proprio personale nome) il diritto d'autore delle immagini creative, nei casi indicati in questo testo. Queste cessioni vanno descritte fuori campo iva e, quindi, senza fattura iva, ma con ricevuta su carta semplice, e vanno dichiarate separatamente dall'eventuale reddito di impresa.

Vediamo qualche esempio concreto di applicazione di tale regime.

POSSONO rientrare nel regime agevolato (purché cedute dal fotografo come persona fisica, o libero professionista):

1) Opere fotografiche intere destinate alla realizzazione di fotolibri. Ad esempio, un ampio servizio di cento, duecento immagini destinate alla realizzazione di un libro fotografico su di una città, un mestiere, un personaggio, un tema particolare, eccetera.

2) I servizi fotografici creativi proposti dall'autore alle riviste, per una pubblicazione (od una serie di pubblicazioni).

3) Le immagini di chiara matrice creativa, cedute per pubblicazioni di qualsiasi genere, fatta eccezione per gli impieghi commerciali e pubblicitari.

4) Le immagini di chiara matrice creativa, cedute in copia ai privati che le acquistino (ad esempio, in occasione di mostre, esposizioni, eccetera).

NON POSSONO invece essere considerate cessioni di diritto d'autore, in quanto certamente prestazioni di servizi:

1) Le fotografie non creative, solo documentative e descrittive, e quindi classificate come: semplici fotografie.

2-) Le fotografie, anche realizzate con apporto creativo, destinate alla realizzazione di stampati promozionali, commerciali, pubblicitari.

3) I servizi, anche creativi, commissionati esplicitamente ed in modo comprovato dalle testate clienti.

4) Le fotografie, anche con impronta relativamente creativa, di matrimonio, cerimonia e similari, in quanto chiaramente prestazione di servizio alla persona. È in un certo senso ridiscutibile, invece, il caso del ritratto personale, in studio od in esterni, che andrebbero valutate di caso in caso. Per prudenza, tuttavia, nessuna di queste prestazioni tipicamente artigianali dovrebbe mai essere fatta passare come licenza o cessione di diritto d'autore.

Anche il dr. Giuseppe Conac, già direttore regionale delle Entrate per la Lombardia, in risposta ad un quesito dell'Ordine dei Giornalisti ha, tempo addietro, confermato l'assimilazione delle prestazioni fotogiornalistiche alla cessione di diritto d'autore. (Il testo della risposta di Conac è il seguente): (...) *A parere di questa Direzione, conformemente a quanto affermato dal Ministero delle Finanze, tutte le volte che si realizza la cessione di un'opera dell'ingegno di carattere creativo, tutelata e disciplinata dalle precitate norme (legge 633/41, ndr) il relativo compenso costituisce reddito rientrante nella previsione dell'art. 49, comma 2, lettera b), T.U. II. RR. Considerato che l'articolo 2575 C.C. prevede che formano oggetto del diritto d'autore le opere dell'ingegno di carattere creativo "qualunque ne sia il modo o la forma di espressione", si ritiene che gli stessi criteri siano applicabili alle cessioni delle opere dell'ingegno del giornalismo telecinematografico, prescindendo dal tipo di supporto utilizzato (pellicola cinematografica, piuttosto che pellicole fotografiche o supporto cartaceo semplice). (...) Si ricorda, in particolare, che la cessione del diritto d'autore deve risultare da una contrattazione scritta fra le parti (art. 2581 C.C e art. 110 legge 633/41).*

LA RISOLUZIONE MINISTERIALE 94/E del 30 aprile 1997

Riportiamo, per brevità, lo stralcio decisivo della circolare citata che ricorda in quali casi sia applicabile il trattamento fiscale da diritto d'autore:

"(...) Pertanto, alla stregua delle considerazioni esposte le cessioni da parte dell'autore di opere fotografiche offerte a terzi per l'utilizzazione economica delle stesse, non destinate a fini di pubblicità commerciale, sono da escludere dal campo di applicazione dell'IVA, trattandosi di opere protette ai sensi del capo I della legge sul diritto d'autore, così come rilevato anche con il parere fornito dalla Società Autori ed Editori; vanno invece assoggettate ad IVA, ai sensi del secondo comma n. 2 dell'art. 3 in discorso, le stesse operazioni se poste in essere da soggetti diversi dall'autore, legatario od erede. Si rileva che fuori dalle cennate ipotesi, in particolare per le cessioni di semplici fotografie, sussiste una particolare disciplina d'imponibilità IVA, non potendo le relative cessioni essere ricondotte ad alcuna delle operazioni afferenti il diritto d'autore".

4 – PROPRIETÀ DEGLI ORIGINALI

IN DUE PAROLE

Gli originali fotografici sono del soggetto che detiene i diritti di sfruttamento delle fotografie.

Questo significa che gli originali appartengono al fotografo per "default", e restano a lui anche dopo l'uso delle immagini se egli non ha - volontariamente od involontariamente - ceduto tutti i diritti di sfruttamento al committente. Poiché questa eventualità (cessione di tutti i diritti) può avvenire per incomprensioni o per scarsa documentazione fra le parti, è sempre fortemente preferibile pattuire per iscritto, anche se in maniera informale, quali sono gli usi delle fotografie che il fotografo cede al suo cliente.

DI CHI SONO GLI ORIGINALI DELLE IMMAGINI?

Il problema della "proprietà" dell'originale è stato ingiustamente caricato di importanza.

Molti fotografi paiono concentrare l'interesse su di un aspetto del problema - appunto, la proprietà del negativo - che è in realtà un aspetto secondario, solo derivato da quello che è il punto determinante: il tipo di cessione di diritti di sfruttamento economico.

In parole semplici, il problema risiede in questo; il negativo (o l'equivalente) in origine appartiene, evidentemente, al fotografo. Dato che, in sé, l'originale non ha valore, se viene ceduto ad altri, ciò avviene perché a questi si riconosce il diritto di far uso di quell'originale.

In sostanza, il negativo (o un equivalente) viene ceduto alla persona che ha il diritto di farne uso, per il tempo che tale diritto permane e per gli usi che si sono concordati. Se il fotografo cede il diritto di utilizzo per la realizzazione di un catalogo, il cliente ha diritto a detenere l'originale per il tempo necessario a questo uso; per essere fiscali, se la concessione del diritto di utilizzo è della durata di un anno, il cliente potrebbe trattenere il negativo per questa durata di tempo.

Se, invece, il fotografo cede i diritti di utilizzo senza limiti di tempo, il cliente ha diritto a trattenere il negativo per questo periodo: cioè, senza limiti di tempo.

Non si tratta, dunque, di stabilire "di chi è l'originale", quanto piuttosto: "chi, in questo momento, gode dei diritti di sfruttamento economico dell'opera?".

E evidente che, se il cliente acquista il diritto di utilizzo di un'immagine, scaduto il termine di sua competenza deve restituire l'originale, mezzo col quale tale diritto si esercita. Ci si trova nella stessa situazione di chi prende in affitto un appartamento per una stagione; al termine della stagione restituirà le chiavi, e non ha senso che si impunti per trattenerle. Quello che è scaduto è il diritto all'uso dell'appartamento, ed è sciocco discutere sul possesso del mazzo di chiavi.

Tuttavia, in alcuni casi il cliente può giungere ad ottenere la cessione di tutti i diritti di utilizzo, praticamente senza che il fotografo se ne renda conto. La situazione è simile a quella nella quale un proprietario sprovveduto firmi l'atto di cessione di proprietà dell'appartamento, facendosi pagare l'equivalente di un solo anno di affitto. A quel punto, il cliente ha acquistato l'appartamento ed il diritto di usarlo, e anche in questo caso il problema non è tanto il fatto di possedere o meno le chiavi di quella casa, quanto piuttosto il fatto di essersi fatti imbrogliare vendendo a poco prezzo qualcosa di maggior valore.

PROPRIETÀ ORIGINALI IMMAGINI ESEGUITE SPONTANEAMENTE

Il fotografo è in origine titolare dei diritti di utilizzo dell'immagine e, di conseguenza "proprietario" dell'originale.

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, ci si procurino prove della paternità degli scatti, come ad esempio:

- a) marchiare i bordi del fotogramma
- b) incidere tacche di identificazione sui bordi della finestrella di esposizione delle proprie fotocamere
- c) effettuare foto di scena o riprese video nel caso di set complessi
- d) conservare i file in formato raw
- e) marchiare i file inserendo le proprietà di info file
- f) marchiare i file con sistemi di watermarking

ATTENZIONE: se l'immagine viene tuttavia realizzata SU COMMISSIONE i diritti di sfruttamento e, con essi, la proprietà degli originali passano al committente nei limiti e con le finalità degli accordi. Per questo motivo È INDISPENSABILE specificare in preventivi, buoni di consegna e/o fattura QUALI SONO LE DESTINAZIONI D'USO DELLE IMMAGINI, per evitare che al committente vengano trasferiti i diritti di sfruttamento senza limiti.

DI CHI SONO GLI ORIGINALI DELLE FOTO COMMISSIONATE

Per le opere commissionate e non realizzate spontaneamente, ci si rammenti che la procedura è alquanto differente rispetto a quella vista negli altri casi. Infatti, desiderando conservare dei diritti sulle fotografie realizzate, è indispensabile porre in qualche modo per iscritto una limitazione all'uso dell'immagine.

Diversamente, dopo aver percepito il pagamento da parte del cliente, tutti i diritti dell'immagine realizzata su commissione passano automaticamente al cliente (art. 88); e questo significa che il cliente diviene anche "proprietario" del negativo.

Stessa situazione si verifica quando il fotografo esegue spontaneamente una ripresa su oggetti di proprietà del futuro cliente (art. 88); ad esempio, quando il fotografo effettua la ripresa di un'automobile d'epoca e poi riesce a vendere la fotografia al proprietario dell'automobile.

Esiste tuttavia un articolo della Legge, il numero 89, che sembra concepito per offrire al cliente un'ulteriore possibilità per ottenere dal fotografo sprovveduto tutti i diritti, senza che egli se ne avveda.

L'articolo, infatti, prevede che "la cessione del negativo o di analogo mezzo di riproduzione della fotografia comprende, salvo patto contrario, la cessione dei diritti previsti all'articolo precedente, sempre che tali diritti spettino al cedente".

L'affermazione, è evidente, ha un peso significativo. Infatti, pur trattandosi di norma in esplicito riferita alle "semplici fotografie" (foto non creative) consente di ottenere tutti i diritti di un'immagine semplicemente dimostrando di aver ricevuto dal fotografo i negativi o gli originali; unico modo per evitare l'applicazione dell'articolo è la presenza di un "patto contrario", cioè di un diverso accordo scritto.

Questa disposizione, unita a quelle dell'articolo precedente, fanno sì che, nel caso di semplici fotografie ed in assenza di particolari accordi scritti, l'originale e tutti i diritti siano automaticamente del cliente pagante, quando:

- a) La foto sia stata commissionata dal cliente.

b) La foto non sia stata direttamente commissionata, ma ritragga cose in possesso del cliente, e sia stata a questo venduta in seguito.

c) La foto non sia stata necessariamente commissionata appositamente, né ritragga cose del cliente ma, semplicemente, il fotografo abbia ceduto al cliente il negativo, percependo un compenso.

Una casistica estremamente vasta, che consiglia - evidentemente - di porre nero su bianco eventuali accordi differenti.

Riassumendo: **ATTENZIONE:** se l'immagine viene realizzata SU COMMISSIONE i diritti di sfruttamento e, con essi, la proprietà degli originali passano al committente nei limiti e con le finalità degli accordi. Per questo motivo È **INDISPENSABILE** specificare in preventivi, buoni di consegna e/o fattura **QUALI SONO LE DESTINAZIONI D'USO DELLE IMMAGINI**, per evitare che al committente vengano trasferiti i diritti di sfruttamento senza limiti.

DI CHI SONO GLI ORIGINALI DELLE FOTO DI RITRATTO / MATRIMONIO

Unica situazione in cui i diritti e la proprietà del negativo non passano al committente è quello in cui il soggetto dell'immagine... sia il cliente stesso.

Con una catena logica piuttosto contorta, infatti, la Legge giunge a sancire come, nel caso che "l'oggetto" ritratto sia il committente stesso, la proprietà del negativo resta al fotografo.

Infatti, all'articolo 98 della Legge si indica come la persona ritratta possa pubblicare o riprodurre la sua immagine senza bisogno di consenso del fotografo. Ora, il fatto che si indichi come non necessario il "permesso" alla pubblicazione implica necessariamente che il diritto di uso di quella fotografia non appartenga già, automaticamente, alla persona ritratta, che è comunque dispensata da chiedere l'autorizzazione. Se in questo caso valesse la regola generale dell'articolo 88 (diritti passati automaticamente al committente), non avrebbe senso specificare che il titolare dei diritti è dispensato dal chiedere l'autorizzazione a terzi. In realtà, evidentemente, la persona ritratta non è dunque considerata proprietaria di tali diritti e, dunque non è proprietaria del negativo.

Nel caso SPECIFICO della fotografia di ritratto, e quando la persona ritratta coincida con il committente (situazione che si verifica nella fotografia di matrimonio e di ritratto in studio) gli originali NON sono totalmente del committente, poichè anche il fotografo detiene dei diritti residui e, quindi, è assolutamente legale e corretto che trattenga presso di sé tali originali.

Conferma questo fatto la nota sentenza della suprema corte di Cassazione civile, sez I, 28/06/1980 n. 4094, reperibile - fra gli altri - in Giust. civ. Mass. 1980, fasc. 6. Foro it. 1980, I, 2121, Giust. civ. 1980, I, 2101, che recita: *"Nell'ipotesi di ritratto fotografico eseguito su commissione, regolata dall'art. 98, l. 22 aprile 1941 n. 633 sul diritto d'autore, il committente, diversamente da quanto stabilito dall'art. 88 comma 3 di detta legge per le fotografie di cose in suo possesso, non acquista il diritto esclusivo di utilizzazione della fotografia, il quale rimane al fotografo, pur concorrendo con quello della persona fotografata o dei suoi aventi causa di pubblicare e riprodurre liberamente la fotografia medesima, salvo il pagamento al fotografo di un equo corrispettivo nel caso che la utilizzino commercialmente. Nell'ipotesi indicata, pertanto, ove manchi un diverso patto, deve ritenersi che il fotografo conserva la proprietà del negativo e non è tenuto a consegnarlo al committente."*

NON È QUINDI VERO, che i negativi debbano essere sempre - per legge - consegnati alla coppia di sposi.

(I negativi restano invece al committente - in mancanza di patti scritti - negli **ALTRI**

casi, ma NON nel caso di fotografia di ritratto del committente).

È invece vero che, dato che il fotografo - ai sensi dell'articolo 98 della legge 633/41 sul diritto d'autore, conserva in questo specifico caso dei diritti residui, E IN ASSENZA DI PATTI ESPLICITI è corretto che i negativi restino allo studio fotografico, purchè il fotografo eserciti i suoi diritti correttamente e lasciando agli sposi la possibilità di ritirare i negativi, se desiderato, pagando un equo compenso.

5 - CONSUETUDINI COMMERCIALI ED ESEMPI

BUONE NORME NEI RAPPORTI CON L'EDITORE

*** Si richieda sempre una ricevuta controfirmata che descriva il materiale dato in visione, con una data ultima di restituzione.

*** Si ponga sempre per iscritto quali sono i diritti di utilizzo che vengono ceduti in base al compenso pattuito. Eventualmente, li si indichi in un preventivo o nel documento di trasporto, o nel buono di consegna. Non è sempre sufficiente farlo in fattura.

*** Se l'editore cerca di estorcere un'estensione dei diritti di uso dell'immagine contrariamente agli accordi verbali, si rammenti che non si è tenuti a questa concessione.

*** Si riportino tutti i dati necessari (nome, cognome, anno di produzione) e si didascalizzino sempre in maniera completa le immagini consegnate.

*** Esisterà un altro diritto d'autore, sull'opera finale: è quello previsto per il coordinatore dell'opera finita, e contemplato all'articolo 3 della Legge. Il fotografo ne tenga conto.

*** Preferibilmente, si cedano i diritti d'uso e commercializzazione delle immagini previsti agli articoli 13 e 17, senza comprendere quelli indicati all'articolo 18. Ciò consentirà di raccogliere le proprie opere in un'antologia, e di rivendere i diritti sulle rielaborazioni creative delle immagini.

*** Se l'editore commissiona delle immagini, in assenza di accordi scritti i diritti sono tutti suoi. Si provveda a redigere un accordo preciso.

*** Si pretenda sempre la citazione del nome dell'autore, ai sensi degli articoli 20, 21 e 23 della Legge.

*** Si controlli la presenza della dicitura che impedisce la riproduzione libera delle immagini, ai sensi dell'articolo 65. In sua assenza, si pretenda che le proprie immagini portino l'indicazione del nome dell'autore e della "riserva" dei diritti.

BUONE NORME NEI RAPPORTI NEGLI USI COMMERCIALI

*** Si richieda sempre una ricevuta controfirmata che descriva il materiale dato in visione, con l'indicazione della destinazione. Se si tratta di materiale in semplice visione, la ricevuta riporti l'indicazione che qualsiasi utilizzo deve essere regolato da ulteriori accordi scritti.

*** Quando l'immagine viene commissionata, si ponga sempre per iscritto quali sono i diritti di utilizzo che vengano ceduti in base al compenso pattuito. Eventualmente, li si indichi in un preventivo o nella bolla d'accompagnamento, o nel buono di consegna. Non è sempre sufficiente farlo in fattura.

Si rammenti che, in mancanza di accordi, i diritti di utilizzo passano al committente.

*** Si indichino nome, cognome, ed anno di produzione e si didascalizzino sempre in maniera completa le immagini consegnate.

*** Anche in caso di immagini su commissione, è preferibile non riportare il nome del committente, nonostante quanto indicato all'articolo 90.

E preferibile cedere al cliente ogni diritto di utilizzo per 10-15 anni (ma mantenere, per principio, la titolarità dei diritti).

*** Preferibilmente, si cedano i diritti di uso e commercializzazione delle immagini previsti agli articoli 13 e 17, senza comprendere quelli indicati all'articolo 18. Ciò consentirà di raccogliere le proprie opere in un'antologia, e di rivendere i diritti sulle rielaborazioni creative delle immagini.

*** Se il cliente è un'amministrazione Statale od un suo Ente, si sappia che i diritti d'autore sono automaticamente dell'Ente se le immagini vengano da questi commissionate, pagate ed utilizzate a loro nome. Diversamente, si prendano accordi. Con gli Enti privati non a fine di lucro (associazioni, club, ecc.) la regola è equivalente, ma esiste sempre la possibilità di accordi scritti.

*** Il "possesso" del negativo spetta al titolare del diritto di utilizzo. In mancanza di accordi il diritto di proprietà passa al cliente.

*** Per le fotografie "semplici", senza valore creativo, la consegna del negativo senza patti scritti equivale a cedere tutti i diritti. Attenzione!

BUONE NORME NEI RAPPORTI COI PRIVATI

*** Le immagini vanno sempre cedute solo per uso privato. E buona cosa riportare sul retro, oltre ai dati del fotografo, anche una dicitura che ne escluda qualsiasi utilizzo pubblico e commerciale.

*** In generale sempre, ma specie quando il costo del servizio si presenta elevato è bene far firmare al cliente un preventivo, per accettazione e conferma.

*** I negativi di ritratti e foto di matrimonio sono anche di proprietà del fotografo, ai sensi della Legge 633, capo 5, sezione seconda e, particolarmente, per esplicita sentenza della Corte di Cassazione n. 4094 del 28.06.1980. Il fotografo deve comunque permettere al cliente di acquistare i negativi che lo ritraggono, se il cliente lo desidera.

*** L'esposizione al pubblico delle immagini di ritratto è soggetta a consenso della persona ritratta, sempre ai sensi della Legge 633, capo 5, sezione seconda.

ESEMPI E IPOTESI DI CASISTICA CONCRETA

1) *Immagine realizzate spontaneamente dall'Autore (reportage, foto per l'editoria, foto realizzate per l'archivio) e cedute in diritto di pubblicazione o di utilizzo.*

Le immagini sono eseguite spontaneamente dal fotografo (e dunque non su commissione) e sono relative ad interpretazione personale della realtà, sulla base del gusto e della sensibilità del fotografo. Esistono, in tal caso, gli estremi per la completa protezione dell'opera fotografica, in quanto opera dell'ingegno.

I diritti morali ed economici competono interamente al fotografo, che ha la facoltà di cederne la parte economica (limitatamente ad un uso, o senza alcun limite) ad un cliente. Sempre e comunque la paternità morale, e dunque il diritto alla menzione dell'autore ed all'opposizione ad eventuali mutilazioni o cambiamenti dell'opera spettano al fotografo, anche quando avesse ceduto tutti i diritti economici della sua opera (in sostanza, se la avesse venduta).

2) *Immagine come al punto 1, ma realizzate su commissione specifica del cliente, con accordi espliciti in merito all'utilizzo.*

Esistendo degli accordi specifici, questi determinano gli ambiti entro i quali tali immagini potranno essere usate dal cliente. Attenzione! In assenza di accordi specifici è possibile presumere l'assenza di limiti, e dunque i diritti di utilizzazione economica passano completamente al committente, senza alcuna limitazione, se non quelle poste dalla protezione del diritto morale.

Ecco perché è di capitale importanza che su un preventivo, una lettera di accettazione delle spese, una lettera di conferimento del lavoro venga specificata la destinazione delle immagini e gli ambiti all'interno dei quali viene concesso lo sfruttamento economico; in assenza, il cliente che abbia commissionato un servizio ed a cui si sia ceduto un non meglio specificato "diritto di utilizzo" diviene titolare di questo diritto per tutti i settant'anni successivi alla morte dell'autore.

3) *Immagine pubblicitarie o commerciali, non giudicabili creative perché realizzate su stretto lay out fornito dal cliente, realizzate per conto del cliente e/o su materiali di sua proprietà, per le quali si sia previsto per iscritto un determinato campo di utilizzo.*

Definire per iscritto i termini di utilizzo "salva" il fotografo, dato che si ricadrebbe nell'articolo 88, che riconosce al committente il diritto di riproduzione, spaccio e diffusione della fotografia, nel caso che l'immagine sia realizzata "nel corso e nell'adempimento di un contratto di impiego o di lavoro, entro i limiti dell'oggetto e le finalità del contratto".

In questo caso il "diritto esclusivo compete al datore di lavoro". Tale norma si applica anche quando si tratta di fotografia di cose di proprietà del committente, sempre salvo patto contrario.

Tuttavia, se il contratto limita tale diritto, il fotografo è cautelato da possibili abusi.

4) *Immagini pubblicitarie o commerciali, realizzate spontaneamente ma eseguite fotografando materiali di proprietà del cliente stesso, e per le quali sia stato corrisposto un compenso senza che venisse specificato alcun campo o limite di utilizzo.*

Ancora una volta, il non specificare la destinazione dell'opera è un grave errore. Come visto nel punto precedente, la Legge attribuisce in esplicito al cliente i diritti esclusivi di utilizzo economico dell'immagine, quando questa sia realizzata per suo ordine e conto oppure fotografando oggetti di sua proprietà, fatto salvo il pagamento di un giusto compenso. I lavori realizzati per un committente, regolarmente pagati e per i quali non sia stata definita alcuna limitazione sono - per Legge - del cliente.

5) *Immagini puramente documentaristiche (ripresa dei danni di un incidente, di una casa, ecc.) già realizzate per ordine e conto del cliente, senza che fosse stato concordato uno specifico campo di impiego.*

È la situazione peggiore per il fotografo. Le fotografie non opera dell'ingegno non sono protette neppure sul fronte morale. Ciò significa che di una foto semplice, eseguita per conto del

cliente senza alcun patto scritto in merito ai campi d'uso e regolarmente pagata, il cliente farà quello che crede, sarà proprietario del negativo e non sarà neppure tenuto alla citazione dell'autore.

6) *Immagini puramente documentaristiche (ripresa dei danni di un incidente, ecc.) realizzate per ordine e conto del cliente, ma per le quali si fosse determinato preventivamente l'uso a cui sarebbero state destinate.*

Ecco come una situazione pessima (punto 5) per il fotografo, può essere ribaltata a suo favore. L'aver concordato un campo di utilizzo, infatti, "nobilita" l'accordo, circoscrivendo i diritti del cliente.

Questi potrà sfruttare l'immagine durante la validità del contratto, eventualmente senza citare l'autore, ma dovrà interrompere lo sfruttamento dell'immagine trascorsi i limiti temporali fissati, o esulando dai campi di sfruttamento concessi.

La possibilità per il fotografo ad utilizzare i suoi originari diritti dura in questo caso vent'anni dalla data di produzione dell'immagine (limite esteso a settanta anni dalla morte del fotografo per le foto frutto dell'ingegno).

7) *Immagini realizzate per ordine e conto del cliente, ed il cui campo di utilizzo sia stato indicato unicamente in fattura.*

Non ottimale questo caso, dato che la definizione dei campi di impiego espresse su di una fattura non sono probanti, in quanto non controfirmate dal cliente. Il Codice Civile non ammette che le clausole particolari di un accordo siano considerate valide, se non espressamente approvate da entrambe le parti.

La fattura viene emessa dal fotografo e, anche se il cliente è tenuto a registrarla e conservarla, non la firma per accettazione. La descrizione dei limiti di utilizzo fatta in fattura andrà dunque bene in tutti quei casi in cui i rapporti col cliente sono certamente buoni e "distesi", ma non sarà elemento di valido giudizio in caso di contenzioso. In questi casi, occorre che le limitazioni dell'uso dell'immagine siano accettate su di una bozza di contratto firmata dal cliente, o da una lettera di preventivo parimenti controfirmata (al limite, riportate sulla bolla di accompagnamento del materiale).

8) *Immagini di cerimonie (matrimoni, battesimi, ecc.) realizzate su richiesta del cliente.*

L'articolo 98 della legge in oggetto "protegge" la persona ritratta, la cui immagine non può essere pubblicata senza il suo consenso, a meno che la persona ritratta non sia famosa e dunque personaggio "pubblico"; tuttavia, lo stesso articolo - con l'affermare che la persona ritratta ha diritto a pubblicare la sua immagine senza chiederne consenso all'autore, ed escludendo la citazione della figura del committente - sancisce indirettamente come alla persona ritratta non compete alcun diritto sulla fotografia, restando tali diritti di proprietà dell'autore.

Ribadita da una sentenza della Cassazione (n. 4094 del 28/6/1980), l'affermazione sancisce la proprietà del negativo al fotografo, sia nel caso di ritratti delle singole persone, sia - ed a maggior ragione - nella realizzazione di un servizio che riprenda una pluralità di persone, come nel caso delle cerimonie. In tutti questi casi i diritti e la proprietà del negativo sono del fotografo, anche se l'immagine è stata eseguita su commissione.

9) *Immagini realizzate per ordine e conto del cliente, per l'uso delle quali non sia ancora stato corrisposto al fotografo il compenso concordato.*

Quando il cliente non abbia corrisposto al fotografo l'adeguato compenso, esistono gli estremi per invalidare il presunto passaggio dei diritti al committente. Anche nella peggiore delle ipotesi (foto semplice, eseguita su commissione, senza alcuna limitazione d'uso nel contratto), il diritto si intende ceduto "salvo pagamento a favore del fotografo di un equo corrispettivo". In assenza di questo, la cessione del diritto non è ancora avvenuta.

10) *Immagini realizzate per un'associazione di reduci della campagna di Russia, e pubblicate in un opuscolo distribuito gratuitamente dall'associazione stessa.*

I diritti di utilizzo delle immagini e, con essi, anche la proprietà del negativo, sono dell'Associazione, per vent'anni dalla produzione delle foto.

Si tratta infatti di uno dei casi contemplati dall'articolo 11 della legge, che prevede la automatica acquisizione dei diritti da parte del committente che sia:

Stato, Amministrazioni dello stato, Province, Sovrintendenze, Accademie, Enti pubblici culturali, Comuni, oltre, come nell'esempio, ad enti privati senza fine di lucro.

Per evitare questa automatica cessione occorrerebbe:

a) che esistano diversi accordi scritti; oppure:

b) che la realizzazione delle immagini non sia avvenuta con compenso e rimborso spese dell'ente. Oppure:

c) che le immagini siano state rese pubbliche la prima volta a nome del fotografo, e non dell'Ente.

11) *Dopo aver ceduto i diritti di utilizzo per un'immagine fotografica ad una casa editrice, il fotografo ne effettua una rielaborazione in camera oscura, che vende a sua volta per una pubblicità.*

L'operazione è lecita, a patto - chiaramente - che l'elaborazione preveda un apporto sostanzialmente creativo (non basta, per esempio, l'inserimento di un retino).

Il diritto di elaborazione e trasformazione è infatti esclusivo del fotografo ed indipendente dagli altri diritti (Art.18) e l'elaborazione rappresenta un'opera a sè stante (Art.4)

12) *È stata ceduta una stampa per uso privato, senza indicare sul retro i dati del fotografo.*

A distanza di tempo, la stessa fotografia compare su una pubblicazione.

In questo caso il fotografo ha sempre il diritto a rivendicare la paternità dell'opera, ma non è stato commesso alcun illecito da parte del riproduttore, in quanto non indicati i dati prescritti.

13) Stesso caso del punto precedente, ma su di un'immagine di ritratto (ad esempio,

stampe regalate a ragazza che ha fatto da modella).

La persona ritratta ha tutto il diritto di pubblicare l'immagine e di farne l'uso che crede a patto che:

a) se l'uso ha applicazioni commerciali, venga corrisposto al fotografo un giusto compenso.

b) se indicato il nome del fotografo sull'immagine, questo venga citato nei suoi impieghi.

14) *Stesso caso dei due punti precedenti, ma con immagine recante i dati del fotografo e l'indicazione di "copia di immagine ceduta ad esclusivo uso privato".*

Non ne è lecito alcun uso o pubblicazione.

15) *Di una fotografia di un personaggio famoso viene realizzato un poster posto in commercio, traendolo da un'immagine scattata in un comizio o in uno spettacolo.*

Si tratta di un illecito.

Va evidenziato come l'articolo 97 permetta la pubblicazione libera di immagini di personaggi famosi solo se tale pubblicazione risulta finalizzata ad uno scopo di informazione. L'intento commerciale o, semplicemente, la pubblicazione al di fuori della cerchia di effettiva notorietà della persona ritratta, fa cadere tale concessione.

16) *La stessa immagine di un uomo politico pubblicata nelle pagine di un quotidiano viene usata dallo stesso quotidiano per realizzare la campagna promozionale degli abbonamenti.*

Mentre il primo utilizzo è lecito (personaggio famoso, fine di informazione), il secondo caso non lo è, dato che l'uso dell'immagine ha, in questo caso, una pura finalità di lucro, e non anche di informazione.

17) *Dopo aver regolarmente corrisposto il compenso pattuito, una casa Editrice pubblica un'immagine senza riportare il nome dell'autore. Il fotografo pretende un risarcimento danni.*

In questa situazione, il fotografo è destinato a perdere la causa. A meno che non sia comprovabile una concreta perdita economica derivante dalla mancata citazione, sarà sufficiente il solo riportare il nome dell'autore in una successiva rettifica.

18) *Un fotografo effettua delle riprese allo stadio, riprendendo in pubblico i convenuti. Col primo piano di due degli spettatori viene realizzata la copertina di una rivista sportiva; i soggetti si oppongono e citano il fotografo.*

Il quale ha torto. Infatti, pur avendo eseguito le riprese in luogo pubblico, l'immagine riproduce non tanto l'avvenimento (lecito), ma il volto delle persone, isolandolo da contesto (non lecito).

SITUAZIONI RIVENDICABILI

Questo capitolo passa in breve rassegna alcune delle situazioni che, più di frequente, consigliano di rivendicare i propri diritti, tanto da parte del fotografo quanto da parte del cliente.

Dalla rassegna sono volutamente escluse le situazioni in cui - pur trovandosi dinanzi ad un illecito - difficilmente ha senso o convenienza il cercare di chiedere giustizia.

In tutti i casi, dinanzi ad un abuso il ricorso per vie legali rappresenta sempre l'ultima spiaggia. Occorre sempre cercare di ricomporre il malinteso dapprima verbalmente e poi con testimoni, documenti, e riferimenti alla Legge, ma comunque in modo amichevole. Solo dinanzi ad una palese malafede e mancanza di collaborazione, valutare la convenienza di un'azione legale.

VIENE INDICATO ALTRO AUTORE

Nell'utilizzo dell'immagine, nonostante il normale riconoscimento del compenso pattuito, il nome dell'autore viene indicato erroneamente, attribuendo ad altri

l'opera.

Anche se l'errore è, nella maggior parte dei casi, derivato da disattenzione, è bene correggere immediatamente la svista, dato che l'articolo 8 indica come autore dell'opera chi è indicato come tale nelle forme d'uso.

Si contesta l'abuso invocando l'articolo 20 della Legge.

NON VIENE INDICATO IL NOME DELL'AUTORE

Occorre effettuare un'importante distinzione: se l'immagine è una "semplice fotografia" non esiste una vera protezione morale, e la paternità dell'opera è rivendicabile solo sul piano economico. La mancata citazione dell'autore non offre dunque alcun appiglio per la contestazione. Tuttavia, attenzione: se il compenso non è stato ancora corrisposto e la fotografia non riporta sull'originale i propri dati: se la mancata citazione è stata compiuta di proposito, potrebbe trattarsi di un modo per evitare la corresponsione del compenso, rendendo anonima l'immagine e sfruttando l'articolo 90.

Quando, invece, si è dinanzi a un'immagine "opera dell'ingegno creativo", la citazione è sempre dovuta, ai sensi dell'articolo 20. Si badi che tale citazione resta obbligatoria anche dopo l'eventuale cessione di tutti i diritti.

Si noti che, fatta salva la dovuta corresponsione del compenso dovuto, il fatto di non avere indicato il nome del fotografo non dà materia per richiedere un risarcimento danni, quando non sia possibile provare che la mancata citazione dell'autore ha comportato una perdita oggettiva. In questi casi, la rettifica su di un numero successivo è "risarcimento" sufficiente.

L'IMMAGINE È PUBBLICATA ANONIMA PRIMA DEL COMPENSO

Questo è il caso potenzialmente pernicioso a cui si fa riferimento nel punto precedente, riferendosi alle "semplici fotografie" (vedi). In questi casi, provvedere immediatamente al sollecito del pagamento.

Se, invece, la situazione si verifica per una "immagine creativa", si rivendichi per iscritto la paternità dell'opera (ai sensi degli articoli 20 e 21).

IL CLIENTE USA L'IMMAGINE PER SCOPI NON CONCORDATI

Innanzitutto, occorre chiarire se non si tratti di una delle situazioni per le quali il cliente può vantare l'acquisto di tutti i diritti (mancanza di accordi in immagini effettuate su commissione); in questo caso, non c'è nulla da fare, a meno che il cliente non abbia ancora effettuato il pagamento dovuto.

Se, invece, si tratta di un vero e proprio abuso, in quanto erano stati stabiliti dei limiti non rispettati, la situazione è ovviamente rivendicabile, in base agli articoli 12 e seguenti (foto creative), o all'articolo 88 (semplice fotografia).

IL CLIENTE PUBBLICA L'IMMAGINE ROVINANDO L'INQUADRATURA

Situazione rivendicabile solo a patto che:

a) si tratti di immagine creativa;

b) si tratti di una manomissione il cui risultato sia di qualità molto discutibile, tale che, attribuito al fotografo, sia lesivo del suo buon nome di fotografo.

Si rammenti, infatti, che l'articolo 20 - a cui ci si appella in questi casi - prevede che la modificazione sia tale da "essere di pregiudizio al suo onore o alla sua reputazione (dell'autore)".

Le modifiche indesiderate non sono contestabili se eseguite su "semplici fotografie".

IL FOTOGRAFO NON RISPETTA I TERMINI DI ESCLUSIVA

Il fotografo che abbia garantito l'esclusiva per un determinato periodo di tempo e poi ceda l'uso di quelle immagini ad altri, va citato per inadempienza contrattuale.

La situazione non è impugnabile se la rottura dell'esclusiva avviene per colpa di terzi (ad esempio, un'agenzia), ed il fotografo possa dimostrare di aver dato comunicazione al suo agente in merito alla già avvenuta cessione dei diritti di utilizzo delle immagini in questione.

IL CLIENTE PERDE O ROVINA IRRIMEDIABILMENTE LE FOTO

In assoluto, la soluzione migliore è quella di far controfirmare dal cliente un impegno (contenuto nella bolla di accompagnamento, nel preventivo, nel contratto) che preveda in esplicito quale penalità sarà corrisposta nel caso di perdita o danneggiamento irrimediabile delle immagini.

In mancanza di accordi scritti in tal senso, la situazione è, sì, rivendicabile, ma l'entità del compenso resta a discrezione del Giudice, che valuterà tutti gli elementi ed i costumi in uso.

Tuttavia, in Italia le consuetudini sono, in tal senso, decisamente a sfavore del fotografo, dato che le indennità corrisposte difficilmente corrispondono all'effettiva potenziale perdita, ma si limitano a coprire il costo sostenuto per eseguire la ripresa (cioè, somma derivante dal compenso per le giornate presumibilmente necessarie, dai costi vivi di materiali e trasferta, e così via).

Ovviamente, se l'immagine era irripetibile, un compenso di questo genere è insoddisfacente.

Una clausola di esclusione delle responsabilità da parte dell'utente non ha valore se non è controfirmata dal fotografo per accettazione.

ENTE PUBBLICO CHIEDE TUTTI DIRITTI SU FOTO NON COMMISSIONATE

La situazione è rivendicabile, dato che l'Ente pretende l'estensione di un suo diritto anche a situazioni che, in realtà, non vedono per l'Ente alcun privilegio. Il diritto d'autore è infatti dell'Ente solo nel caso delle foto commissionate, ed anche in questo caso con alcune limitazioni.

Si vedano anche i capitoli sulla proprietà del negativo e sulle consuetudini commerciali.

L'articolo mal interpretato da alcuni Enti pubblici è il n° 11.

IL FOTOGRAFO ACCETTA MODIFICHE, POI RITRATTA CONCESSIONE

Nonostante il fatto che al fotografo autore di immagini "creative" sia concessa la possibilità di impedire la modificazione pregiudizievole delle sue fotografie (art.20), non gli è data la possibilità di "ritrattare" concessioni effettuate in tal senso (art.22).

Si tenga tuttavia presente che il fatto di avere semplicemente comunicato al fotografo l'intenzione di apportare le modifiche non è condizione sufficiente a supporre il suo assenso. La Legge, infatti, richiede che l'autore abbia "conosciute ed accettate" le modifiche; il che, spesso, significa avere ottenuto un suo assenso scritto.

EDITORE RIPRODUCE IMMAGINE DA ALTRA PUBBLICAZIONE

Come accennato, l'operazione è lecita (all'interno delle esigenze di cronaca ed informazione) se la rivista d'origine, o la singola immagine, non portano la dicitura di "riproduzione riservata", od analoghe (art. 65). In ogni caso è dovuta la corresponsione di un equo compenso.

Sempre di operazione lecita si tratta nel caso di una riproduzione ai fini di critica, insegnamento e discussione, a patto che non esista concorrenza all'utilizzazione economica dell'opera (art.70).

Sempre e comunque la fonte e l'autore vanno citati, se indicati all'origine.

Diversamente, l'operazione è impugnabile come illecito.

IL FOTOGRAFO NON VUOLE CONSEGNARE NEGATIVI

Il fotografo è sempre tenuto alla consegna del negativo quando i diritti di sfruttamento economico competano al cliente, e limitatamente al periodo durante il quale il diritto è goduto.

Per l'approfondimento della casistica, si veda il capitolo relativo alla proprietà del negativo.

IL FOTOGRAFO NON RISPETTA PREVENTIVO

Se il preventivo è redatto come semplice nota orientativa, il prezzo può variare a consuntivo, nei limiti del buon senso e dell'effettiva qualità del servizio fotografico poi consegnato.

Se, come dovrebbe essere, il preventivo ha invece carattere di indicazione del costo complessivo della prestazione e delle modalità di esecuzione, ed è controfirmato da fotografo e cliente, entrambe (e dunque anche il fotografo) sono obbligati a rispettarne i termini, trattandosi in sostanza di un contratto di lavoro.

CONCORRENZA SLEALE

Il problema della concorrenza sleale è abbastanza spinoso, da un lato per la genericità della legge (codice civile) sugli aspetti che regolamentano gli aspetti più commerciali, e dall'altro per la scarsa o nulla protezione che, di fatto, la legge sul diritto d'autore riconosce all'idea in sé. Ma procediamo con ordine.

Volendo schematizzare un poco all'osso, i casi più chiari nei quali ricorre la concorrenza sleale, pensando alla situazione del fotografo, sono questi:

- a) Il concorrente vende i prodotti od i servizi sottocosto, cioè a meno di quanto effettivamente vengono a costare a lui.
 - b) Il concorrente diffonde notizie - vere o false che siano - per screditare gli altri operatori.
 - c) Il concorrente copia in maniera "parassita" le iniziative commerciali o promozionali degli altri operatori.
 - d) Riferendosi all'ambito delle prestazioni intellettuali, il concorrente "ruba" profondamente l'idea, pur senza copiare materialmente la fotografia.
- Un poco nel dettaglio, vediamo ciascuno di questi casi.

Vendita sottocosto

Lo scopo, evidentemente, è quello di sviare la clientela accaparrandola con l'offerta di alcuni servizi o prodotti fatti pagare meno di quanto le normali dinamiche di mercato dovrebbero dettare. Va tuttavia notato che, mentre il vendere sottocosto è indicabile come mossa sleale, il ridurre la propria marginalità di guadagno è invece rientrando nelle normali dinamiche di mercato, e come tale accettato. Ovviamente, la concessione di un omaggio promozionale non rientra nei casi di concorrenza sleale, che si configura quando l'applicazione di prezzi inferiori al dovuto diviene un metodo applicato sistematicamente, allo scopo di mettere in seria difficoltà gli altri operatori.

Notizie tendenziose

Usare, nella propria pubblicità od in altro modo che lasci traccia, delle notizie atte a screditare i concorrenti, è mossa sleale, e come tale perseguibile.

In pratica, non è possibile diffondere indicazioni o notizie sui propri concorrenti, con l'intento di depistare i clienti, allontanandoli dai primi. Se le notizie sono diffamatorie, l'illecito è evidente, ma si configura un caso di concorrenza sleale anche se le notizie diffuse sono vere, ma vengono usate strumentalizzandole per gettare discredito sull'operatore in questione.

Si noti che non ha importanza il fatto che l'atto sleale abbia o meno generato danni: la cosa è in sé condannabile, e si può chiedere la sospensione della situazione scorretta anche prima che questa abbia generato qualche problema, per il solo fatto che sia atta a farlo.

Concorrenza parassitaria

È il caso del fotografo o fotonegoziante che risulta "perseguitato" dai negozianti che lo imitano in ogni valida iniziativa. Si parla di concorrenza parassitaria, espressamente indicata come sleale, anche semplicemente imitando le operazioni costantemente commerciali, e non solo nel caso - previsto dall'articolo C.C. 2598, nel quale si contraffaccia il marchio od i prodotti del concorrente. In questo senso, anche la Corte di Cassazione si è pronunciata a sfavore del comportamento che porti all'adozione più o meno immediata delle iniziative di altri operatori.

Furto dell'idea

Molto meno semplice da circoscrivere è purtroppo il caso in cui si vorrebbe impedire al concorrente di copiare le idee altrui.

Occorre porre un significativo distinguo in questi casi. Infatti, un conto è "copiare" la fotografia, realizzando una rielaborazione od una trasposizione di un'immagine esistente, mentre di tutt'altro spessore è l'utilizzare l'idea avuta dal fotografo, dandole poi corpo in un'altra immagine.

Mentre il primo caso configura effettivamente un plagio, nel secondo frangente il fotografo risulta praticamente senza difese.

A dispetto delle lunghe e movimentate diatribe fra addetti ai lavori, in giurisprudenza è abbastanza costante il non riconoscimento della possibilità di protezione dell'idea di un'opera, presa in sé. In pratica, è possibile proteggere l'idea se questa ha preso forma in un'opera, impedendo la realizzazione di una "copia" o di una elaborazione dell'opera stessa, mentre l'idea a sé stante, eventualmente usata come elemento compositivo di un'altra fotografia, non può essere protetta.

Il confine, purtroppo, non è eccessivamente ben delineato.

Ancora una volta, un conto è ciò che è umanamente o moralmente giusto, ed un altro è quello che di fatto sancisce o permette la Giustizia.

6 - PUBBLICABILITÀ DEL RITRATTO

IL RITRATTO IN FOTOGRAFIA ED IL DIRITTO ALL'IMMAGINE

(DIRITTI DEL PERSONAGGIO RITRATTO)

La Legge 633 riporta una sezione (capo 5, sez.2) interamente dedicata al rispetto dell'immagine delle persone ritratte.

A dispetto del fatto che la sezione conti tre soli articoli di interesse per il fotografo, in realtà su di questo punto della Legge sono sorte miriadi di contestazioni; le cause intentate per inadempienze relative a queste sezioni sono molto più numerose di quelle relative ad abusi in altri aspetti.

La realtà è che i fotografi italiani sono ancora (o già) avvolti in una specie di torpore e di rassegnazione; dato che l'applicazione della Legge risulta disagiata, molti rinunciano per partito preso, e si disinteressano agli abusi eventualmente commessi nei loro confronti.

Invece, quando si entra nel merito dell'utilizzo del ritratto fotografico, il discorso viene allargato a tutti i cittadini; fra le persone ritratte c'è molta più attenzione e meno desiderio di "lasciar correre": di qui, il gran numero di contenziosi.

Si noti: non si tratta solo del maggior numero di potenziali interessati a rendere particolarmente "vivace" questa frangia di legislazione. Anche se i fotografi sono numericamente meno, le infrazioni e gli abusi commessi nel campo dell'illecita utilizzazione della fotografia sono numerosissimi, ed all'ordine del giorno. Solo, c'è disinteresse e disinformazione.

IL CONCETTO BASE

Il concetto portante di questa sezione è espresso all'articolo 96: "il ritratto di una persona non può essere esposto, riprodotto e messo in commercio senza il consenso di questa, salve le disposizioni dell'articolo seguente".

L'indicazione è inequivocabile: fatte salve alcune particolari e circoscritte eccezioni, chi veda pubblicato il proprio ritratto fotografico senza essere consenziente a tale utilizzo pubblico, può opporsi.

La conseguenza immediata è particolarmente importante per i free lance che realizzano varie immagini di reportage, e le cedono poi a riviste ed agenzie; in assenza delle condizioni che ora vedremo nel dettaglio, un simile "uso" dei volti altrui richiede il possesso di quello che viene definito il "release", cioè il permesso scritto alla pubblicazione. Del release non è possibile fare a meno in caso di utilizzo commerciale e pubblicitario, ed è molto prudente che esista anche per i fini editoriali anche minori.

LE SCAPPATOIE

Come accennato, abbastanza numerose sono le situazioni per le quali l'articolo 96 non ha valore; raccolte all'articolo 97, queste situazioni possono così essere riassunte ed interpretate.

La necessità dell'assenso alla pubblicazione è nulla:

- A) Se si tratta di personaggio famoso, pubblicato nell'ambito della sfera della sua notorietà, e con fini di informazione.
- B) Se la pubblicazione avviene a scopi scientifici o didattici.
- C) Se la pubblicazione è motivata da fini di giustizia o polizia.
- D) Se l'immagine della persona compare all'interno di una fotografia raffigurante fatti svoltisi pubblicamente o di interesse pubblico, ed il volto della persona non è isolato dal contesto.

In ogni caso è interdetta la pubblicazione se l'immagine è in qualche modo lesiva della reputazione o anche solo della dignità della persona ritratta.

Vediamo nel dettaglio.

A) Se si tratta di personaggio famoso, pubblicato nell'ambito della sfera della sua notorietà, e con fini di informazione. Ai fini informativi e di cronaca, cioè, il volto di personaggi pubblici (uomini politici, dello spettacolo, con cariche pubbliche, ecc.) può essere pubblicato senza necessità del consenso della persona ritratta. 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 SpA 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, 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.

B) 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.

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

D) 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.

Si tenga presente che sono vietate le riprese di obiettivi militari (stazioni, aeroporti, caserme, ecc.), di materiali bellici e proprietà di Esercito, Marina, Aeronautica, ecc., e dei loro appartenenti in servizio (da un regolamento interno dei Carabinieri).

Al di là di queste restrizioni, comunque, non esiste alcuna legge che vieti di fotografare i privati.

Capita quotidianamente il caso per il quale dei privati ritratti in occasione di pubbliche manifestazioni si ribellino all'idea di essere stati ripresi, ed impongano la loro volontà, fino al limite di impadronirsi del rullino, o di distruggerlo.

Questa situazione è, legalmente parlando, un abuso. Il fotografo spesso tende a subire, sia quando non si senta sicuro del suo diritto, sia quando l'interlocutore sia più grosso di lui.

In realtà, per Legge, la ripresa dei privati non è proibita, mentre lo può essere la pubblicazione del ritratto.

Quando, tuttavia, questo "ritratto" non è un primo piano, ma un'immagine di un momento pubblico, all'interno della quale sia riconoscibile una persona, la fotografia diviene anche pubblicabile senza il consenso del ritratto. In sostanza, se il soggetto della fotografia è l'avvenimento e non la persona, come, ad esempio, la manifestazione studentesca, o un momento delle corse dei cavalli all'Ippodromo, ed - all'interno dell'immagine - sono riconoscibili delle persone, costoro non possono

accampare alcun diritto in nome della Legge sul diritto d'autore.

Nessuno di questi casi, tuttavia, risulta applicabile se l'immagine in oggetto è in qualche modo lesiva della dignità della persona ritratta.

In questo senso, editori le cui testate sono volutamente scandalistiche hanno una sezione legale che lavora a pieno ritmo per occuparsi delle denunce, spesso fondate, che vengono sporte in tal senso. Tuttavia, l'incremento delle vendite così ottenuto è sufficiente a ripagare le spese in sanzioni penali e danni di risarcimento.

PROPRIETA DEL NEGATIVO E PUBBLICABILITA DELL'IMMAGINE NEL RITRATTO

L'articolo 98 afferma molte più cose di quanto non possa sembrare.

In sé, l'articolo annuncia semplicemente che la persona ritratta ha il diritto a pubblicare la propria immagine anche senza chiedere permesso al fotografo.

In realtà, queste le implicazioni:

a) Innanzitutto, alla lettera: la persona ritratta può pubblicare la propria immagine senza alcun vincolo, pur se con l'obbligo di citare il fotografo e di corrispondergli un compenso in caso di utilizzo economico dell'immagine.

b) Dato che si indica la libertà di pubblicare l'immagine senza il consenso del fotografo, senza neanche menzionare un eventuale committente, ne consegue che chi commissiona il ritratto fotografico non conta nulla, per quello che concerne i diritti di utilizzo.

Dunque, la situazione è diversa da quella vista per la fotografia su commissione (art. 88).

c) Ne consegue che se la fotografia è commissionata da un terzo (ad esempio, ritratto di un personaggio famoso commissionato da una rivista) questi non ha diritto sull'immagine, a meno che non sia diversamente pattuito.

d) Se, inoltre, committente e soggetto del ritratto sono la stessa persona, a costui spetteranno i diritti di pubblicare l'immagine, anche senza chiedere permesso al fotografo.

e) Tuttavia, il fotografo mantiene i diritti sull'immagine realizzata, fino a che non li vorrà cedere. Infatti, se il committente non ha alcun diritto, e se la persona ritratta non è tenuto a chiedere permesso per la pubblicazione, se ne evince che i diritti sono del fotografo, perché non avrebbe senso specificare la possibilità di non chiedere permessi, se i diritti fossero della persona ritratta.

Alla stessa conclusione (i diritti sono del fotografo, nel caso del ritratto su commissione) è giunta la sentenza della Corte di Cassazione n. 4094 del 28/6/1980.

Dunque, riassumendo i punti salienti di questo articolo sviluppato dai Legislatori più in implicito che in esplicito:

* Diritti di autore e proprietà del negativo sono del fotografo.

* La persona ritratta può pubblicare la sua immagine.

* Il committente non ha diritti, a meno che non sia la persona ritratta; ovviamente in tal caso ha gli stessi diritti di quest'ultima.

* In caso di pubblicazione dell'immagine da parte del fotografo, occorre l'autorizzazione del ritratto, fatti salvi i punti visti all'articolo 97.

7 - BOZZE CONTRATTI STANDARD

raccolta generale contratti Soci TAU Visual

versione 05.06.1

Questa raccolta di contratti è trasmessa ai soci TAU Visual per loro uso interno. Ne sono proibite la diffusione e la pubblicazione ad uso di terzi, mentre è permesso fare uso delle bozze per la propria modulistica, citando la fonte "Fonte: modulistica contrattuale: TAU Visual"

> nota realmente importante in relazione ai contratti

E' sempre decisamente importante generare traccia scritta degli accordi intercorrenti fra fotografo e clienti, perché molti aspetti determinanti (possibilità di usare le immagini, estensione diritti di utilizzo, proprietà degli originali, pubblicabilità del ritratto, compensi, eccetera) sono determinati dagli accordi scritti fra le parti.

Tuttavia, nella assoluta maggioranza dei casi è difficile, scomodo od imbarazzante fare firmare accordi completi come quelli riportati in queste pagine.

Pur tenendo presente che una dettagliata descrizione dei reciproci diritti e doveri - in realtà - garantisce entrambe le parti, ricordiamo che in ogni caso poche righe scritte che riassumano gli aspetti salienti possono avere un valore assolutamente equivalente a quello di contratti dettagliati.

Piuttosto che commettere l'errore di non lasciare traccia scritta degli accordi, è meglio "accontentarsi" di brevissime note, come quelle che potrebbero essere contenute in un preventivo, un buono di consegna od una lettera di accettazione.

Così, un contratto di cessione di diritti può essere sostituito da una frase come: "per numero tot immagini destinate ad impiego ics- epsilon, anni 2006-2007, euro tot".

Oppure, un model release può essere efficacemente sostituito dalla semplice dichiarazione: "io sottoscritto Pinco Pallino autorizzo Caio Sempronio alla pubblicazione delle immagini che mi ritraggono".

Ancora, un accordo di cessione in visione può essere sostituito semplicemente da: "per presa in consegna in conto visione di tot immagini di eccetera, fino al ..."

In sostanza, quando sia possibile ed agevole ricorrere ai contratti estesi qui riportati, tutti saranno più cautelati.

Ma - piuttosto che rinunciare alla traccia scritta nel timore di essere troppo "formalisti" - far firmare una semplice frase riassuntiva e di semplice comprensione.

RIASSUMENDO:

1) MAI emettere fatture che genericamente descrivano il lavoro come "servizio fotografico", perché questo - in assenza di patti scritti - genera la cessione di tutti i diritti al committente. Va sempre indicata la destinazione d'uso delle immagini.

2) Se non è possibile far sottoscrivere un accordo prima della realizzazione del servizio, utilizzare un "buono di consegna" da far firmare alla consegna del lavoro, con una descrizione della destinazione d'uso.

3) Il fax ha valore anche legale se è firmato dalla controparte, e se non viene contestata l'autenticità della firma.

4) L'email ha un pieno valore pienamente SOLO se è autenticata per tramite della "firma digitale", che non è semplicemente la propria firma in formato digitale, ma il sistema che permette l'identificazione certa del mittente e destinatario per tramite di una chiave di cui esiste una versione pubblica (comune ai due interlocutori) ed una privata, diversa per ciascun interlocutore. Il sistema di firma digitale non è gestito autonomamente, ma certificato solo ed esclusivamente da alcuni "certificatori accreditati" (attualmente in Italia tredici soggetti, fra cui le Camere di Commercio,

l'ente di gestione dell'Agenda delle Entrate, i consigli nazionali del Notariato e quello Forense, ed altri). Una normale email e' una traccia degli accordi ma, per la facilità con cui viene falsificata, non rappresenta una prova dell'identità di chi l'ha scambiata.

> model release - ritratti

> concessione diritti di utilizzo del ritratto

(model release modelli professionisti, prestazione con compenso)

Il/la sottoscritto/a..... concede l'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini fotografiche della propria persona, effettuate da..... in data.../.../.... autorizzando la pubblicazione per queste finalità: pubblicazione editoriale – pubblicazione su periodici – esposizione al pubblico – campagna stampa – campagna pubblicitaria – affissione - utilizzi P.o.P. – utilizzi "below the line" – utilizzi siti web – utilizzi autopromozionali – altro (riportare elenco destinazioni d'uso concesse, oppure dicitura: "tutti gli utilizzi"). Dichiaro inoltre che tale concessione di diritti d'uso non e' in contrasto con eventuali accordi contrattuali o/e diritti di agenzie di rappresentanza, manlevando in ogni caso il fotografo da eventuali pretese di terzi in relazione a tale cessione di diritti. Per esplicito controllo ed autorizzazione alla pubblicazione, provvede a firmare allegata distinta di descrizione delle immagini in oggetto (oppure: firma allegata fotocopia / stampa - delle immagini in oggetto), indicando con l'apposizione di tale firma il proprio incondizionato benessere alla pubblicazione.

(Eventuale:) Sono escluse dalla concessione di pubblicazione le seguenti Testate:..... e, dall'esposizione al pubblico, i seguenti luoghi:..... Dal canto suo, l'Autore delle immagini si impegna a non farne uso alcuno che possa risultare lesivo della dignità o della reputazione del soggetto fotografato.

Per la prestazione d'opera consistente nella posa per la realizzazione delle immagini e per il diritto di utilizzo delle fotografie - come sopra indicato - è pattuito un compenso di euro..... al netto delle imposte indirette ed al lordo delle imposte dirette. Ricevendo tale corrisponsione, il sottoscritto si impegna a non avanzare alcun'altra pretesa relativamente alle succitate prestazioni e al diritto d'uso delle immagini.

Il diritto di utilizzo delle immagini si intende concesso fino al.../.../.., intendendo con tale termine la data oltre la quale il fotografo non potrà più cedere attivamente le immagini in oggetto. Ovviamente, non potrà essere imputato al Fotografo il sussistere della pubblicità delle immagini diffuse (ad esempio, su riviste, volantini, ecc. che vengano ad essere ancora reperibili in circolazione allo scadere del termine fissato).

(Firme dei contraenti)

> concessione diritti di utilizzo del ritratto

(model release modelli non professionisti, prestazione con compenso)

Il/la sottoscritto/a..... concede l'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini fotografiche della propria persona, effettuate da..... in data.../.../.... Per esplicito controllo ed autorizzazione alla pubblicazione, provvede a firmare allegata distinta delle immagini in oggetto (oppure: firma allegata fotocopia / stampa - delle immagini in oggetto), indicando con l'apposizione di tale firma il proprio incondizionato benessere alla pubblicazione.

(Eventuale:) Sono escluse dalla concessione di pubblicazione le seguenti Testate:..... e, dall'esposizione al pubblico, i seguenti luoghi:..... Dal canto suo, l'Autore delle immagini si impegna a non farne uso

alcuno che possa risultare lesivo della dignità o della reputazione del soggetto fotografato.

Per la prestazione d'opera consistente nella posa per la realizzazione delle immagini e per il diritto di utilizzo delle fotografie - come sopra indicato - è pattuito un compenso di euro..... Ricevendo tale corresponsione, il sottoscritto si impegna a non avanzare alcun'altra pretesa relativamente alle succitate prestazioni e al diritto d'uso delle immagini.

Il diritto di utilizzo delle immagini si intende concesso fino al.../.../.., intendendo con tale termine la data oltre la quale il fotografo non potrà più cedere attivamente le immagini in oggetto. Ovviamente, non potrà essere imputato al Fotografo il sussistere della pubblicità delle immagini diffuse (ad esempio, su riviste, volantini, ecc. che vengano ad essere ancora reperibili in circolazione allo scadere del termine fissato).

(Firme dei contraenti)

> **concessione diritti di utilizzo del ritratto free test**

(TFP time for printing)

(model release modelli professionisti o non professionisti, prestazione in cambio servizio)

Il/la sottoscritto/a..... concede l'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini fotografiche della propria persona, effettuate da..... in data.../.../...., in cambio servizio. Per esplicito controllo ed autorizzazione alla pubblicazione, provvede a firmare allegata distinta delle immagini in oggetto (oppure: firma allegata fotocopia / stampa - delle immagini in oggetto), indicando con l'apposizione di tale firma il proprio incondizionato benestare alla pubblicazione.

Per reciproco accordo, il fotografo potrà liberamente utilizzare e pubblicare le immagini che mi ritraggono, per tutte le operazioni autopromozionali, pubbliche e private, per il proprio portfolio, le proprie presentazioni, il proprio sito, e tutte le iniziative direttamente rivolte a promuovere il lavoro e la creatività dell'autore. Sono invece escluse le cessioni a terzi, per fini commerciali o pubblicitari di terzi; per tali impieghi, andranno presi espliciti ulteriori accordi con il modello/a.

Alla stessa stregua, il sottoscritto soggetto potrà liberamente utilizzare le immagini che lo ritraggono per tutte le operazioni autopromozionali, pubbliche e private, per il proprio book e composit, le proprie presentazioni, il proprio sito, e tutte le iniziative direttamente rivolte a promuovere il lavoro e l'immagine del modello/a. Sono invece escluse le cessioni dei ritratti a terzi, per fini commerciali o pubblicitari di terzi; per tali impieghi, andranno presi espliciti ulteriori accordi con il fotografo.

Per la prestazione d'opera consistente nella posa per la realizzazione delle immagini e per il diritto di utilizzo delle fotografie - come sopra indicato - viene pattuito il semplice cambio servizio (prestazione a titolo gratuito delle reciproche prestazioni di fotografo e modella/o), e (eventuale) la consegna al modello/a di n. ____ stampe ____ formato ____ come giustificativo gratuito del servizio.

firma della persona ritratta

firma del fotografo

> **bozza concessione ritratto in forma breve**

(consigliabile in quanto molto più semplice da proporre per la firma, immediatamente comprensibile e, nella sua semplicità, decisamente ampio, in quanto non pone sostanzialmente limiti alla pubblicabilità).

Per "release" in forma breve è sufficiente far sottoscrivere la semplice dicitura:

"Io sottoscritto (nome del soggetto) autorizzo la pubblicazione delle immagini ritraenti la mia effigie, realizzate il __/__/__."

> model release - foto di nudo o lingerie

Il/la sottoscritto/a..... concede l'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini fotografiche della propria persona, effettuate da..... in data.../.../....

Trattandosi di immagini di nudo o lingerie, per esplicito controllo ed autorizzazione alla pubblicazione, firma allegata fotocopia o copia fotografiche delle immagini in oggetto ed autorizzate alla pubblicazione, indicando con l'apposizione di tale firma il proprio incondizionato benessere alla pubblicazione.

(Eventuale:) Sono escluse dalla concessione di pubblicazione le seguenti Testate:..... e, dall'esposizione al pubblico, i seguenti luoghi:.....

Dal canto suo, l'Autore delle immagini si impegna a non farne uso alcuno che possa risultare lesivo della dignità o della reputazione del soggetto fotografato, al di fuori dei consueti utilizzi commerciali, editoriali, pubblicitari e di esposizioni connaturati con il genere di prestazione.

Per la prestazione d'opera consistente nella posa per la realizzazione delle immagini e per il diritto di utilizzo delle fotografie - come sopra indicato - è pattuito un compenso di euro..... Ricevendo tale corresponsione, il sottoscritto si impegna a non avanzare alcun'altra pretesa relativamente alle succitate prestazioni e al diritto d'uso delle immagini.

Il diritto di utilizzo delle immagini si intende concesso fino al.../.../.., intendendo con tale termine la data oltre la quale il fotografo non potrà più cedere attivamente le immagini in oggetto. Ovviamente, non potrà essere imputato al Fotografo il sussistere della pubblicità delle immagini diffuse (ad esempio, su riviste, volantini, ecc. che vengano ad essere ancora reperibili in circolazione allo scadere del termine fissato).

> model release per modelli/e minorenni

Il/la sottoscritto/a....., congiuntamente al genitore / tutore co-firmatario di questa scrittura privata, concedono l'autorizzazione alla pubblicazione delle immagini fotografiche del soggetto minorenne, effettuate da..... in data.../.../.... Per esplicito controllo ed autorizzazione alla pubblicazione, si provvede a firmare allegata distinta delle immagini in oggetto (oppure: firma allegata fotocopia delle immagini in oggetto), indicando con l'apposizione di tale firma il proprio incondizionato benessere alla pubblicazione.

(Eventuale:) Sono escluse dalla concessione di pubblicazione le seguenti Testate:..... e, dall'esposizione al pubblico, i seguenti luoghi:..... Dal canto suo, l'Autore delle immagini si impegna a non farne uso alcuno che possa risultare lesivo della dignità o della reputazione del soggetto fotografato.

(Eventuale) Per la prestazione d'opera consistente nella posa per la realizzazione delle immagini e per il diritto di utilizzo delle fotografie - come sopra indicato - è pattuito un compenso di euro..... Ricevendo tale corresponsione, i sottoscrittori si impegnano a non avanzare alcun'altra pretesa relativamente alle succitate prestazioni e al diritto d'uso delle immagini.

Il diritto di utilizzo delle immagini si intende concesso fino al.../.../.., intendendo con tale termine la data oltre la quale il fotografo non potrà più cedere attivamente le immagini in oggetto. Ovviamente, non potrà essere imputato al Fotografo il sussistere della pubblicità delle immagini diffuse (ad esempio, su riviste, volantini, ecc. che vengano ad essere ancora reperibili in circolazione allo scadere del termine fissato).

Firma del soggetto minorenne ritratto

Firma del genitore / tutore

Firma del fotografo

> concessione ritratto minorenne in forma breve

Per "release" in forma breve è sufficiente far sottoscrivere la semplice dicitura:
"Io sottoscritto, genitore/tutore di (nome del soggetto) autorizzo la pubblicazione delle immagini ritraenti l' effigie del minore, realizzate il __/__/__."

> model release in inglese

Model hereby grants to photographer the absolute right and permission, in perpetuity and without time limit, to use model's likeness and photograph, in whole or in part, in any medium, for any purpose and in any manner whatsoever, including, but not limited to advertising, art, publicity, promotion, editorial, trade or commercial purposes, in any and all print or digital media, including but not limited to magazines, newspapers, television, billboards, brochures, reports, point of purchase, CD-ROMs, Internet, Royalty Free, and the like, world-wide.

Model agrees to waive all rights to inspect or approve the finished photograph or likeness and the finished product in which it may be used, or such words or copy used therewith.

Model warrants that Model is of Legal Age, and acknowledges receipt of, and agrees to accept as full compensation for all of the above stated permissions and grants, the sum of euro _____

Model (signature)_____

For Parent or Guardian of Model 18 years old or under:

I, Parent or Guardian, have read the above authorization and release prior to its execution, am fully familiar with the contents thereof, and agree to Models grant of permission.

Parent or Guardian (signature)_____

Address _____ Phone _____

> model release per free test in inglese

(release per riprese in cambio servizio, destinate esclusivamente a reciproci book e portfolio autopromozionali)

I _____ (hereafter "Model"), in the interest of gaining valuable modeling experience and in exchange for photographs of myself, do hereby irrevocably authorize _____ (hereafter "Photographer"), and those acting with Photographer's written permission, to use photographs taken by Photographer of myself on the date of __/__/____ and derivative works based thereupon (collectively hereafter the "Photos") for all lawful purposes subject to the terms and conditions described herein. I agree that the aforementioned exchange is for photographs delivered to me by Photographer in the quantity and format described as follows:

_____.

I agree that, while I may use the Photos for purposes related to the promotion of my modeling business, including but not limited to advertising, portfolios, composite cards, exhibitions, contests, and promotional internet web sites, I will not sell publication rights in any or all of the Photos without Photographer's prior consent.

Likewise, I authorize Photographer to use the Photos for purposes related to the promotion of Photographer's business, including but not limited to advertising, portfolios, composite cards, exhibitions, contests, and promotional internet web sites, but do not authorize Photographer to sell publication rights in any or all of the Photos except with my prior consent.

Model hereby affirms that all poses, positions and situations enacted in the Photos covered in this release were entered into without force, coercion, or threat

whatsoever, and were posed freely by Model with Model's full consent.

Model further agrees to hold blameless and free of all accusation of such force or coercion Photographer, his legal representatives, assigns, and those acting under his permission.

Model hereby affirms that his/her date of birth is ___/___/_____ and that Model is fully able to contract in his/her own name without breach of any prior agreement or applicable law, including but not limited to prior agreements with modeling and talent agencies.

I have read the foregoing prior to its execution and I am fully familiar with and agree to the contents thereof.

> **model release in francese**

Le Mannequin autorise le photographe/réalisateur du film et ses cessionnaires directs et indirects à exploiter commercialement les Images le représentant réalisées le _____ à _____ telles que décrites ci-dessous dont le photographe/réalisateur du film est l'auteur. Cette cession emporte autorisation pour le photographe/réalisateur du film d'utiliser, re-utiliser, publier, éditer, copier, reproduire, adapter, modifier, transformer, déformer, tronquer cette Image par tous procédés techniques.

La présente autorisation est donnée pour tous supports et de manière générale, pour tous modes de diffusion.

La présente autorisation est donnée pour le monde entier et pour tous les domaines d'exploitation : publicité, promotion, fabrication, emballage, distribution, production, sans que cette énumération soit limitative.

Le Mannequin autorise l'utilisation de son image dans tous les domaines y compris concernant des sujets potentiellement controversés.

Le photographe/réalisateur du film ne pouvant être responsable de l'utilisation finale que feraient ses clients de l'Image, le Mannequin renonce à tous recours contre elle pour les éventuels cas d'abus, étant entendu que le photographe/réalisateur n'autorisera aucune utilisation illicite.

Signature du Photographe/Réalisateur du film:

Nom du Photographe en lettres d'imprimerie:

Date de la Prise de Vue:

Signature du Mannequin :

Nom du Mannequin en lettres d'imprimerie :

Date de naissance du Mannequin :

Date:

> **model release in tedesco**

Gegen angemessene Gegenleistung in Höhe von _____, mit dem ich einverstanden bin und dies hiermit bestätige, gestatte ich hiermit dem Fotografen/Filmmacher und seinen Rechtsnachfolgern, Lizenzen für die Bilder zu vergeben und sie in allen Medien für jeden Zweck zu verwenden (außer in diffamierender Weise), u.a. zum Zwecke der Werbung, Verkaufsförderung, des Marketings und der Verpackung für alle Produkte oder Dienstleistungen. Ich bin einverstanden damit, dass die Bilder mit anderen Bildern, Texten oder Grafiken kombiniert, beschnitten, verändert oder modifiziert werden. Ich erkenne an, dass ich keine Rechte an den Bildern habe und dass alle Rechte an diesen dem Fotografen/Filmmacher und seinen Rechtsnachfolgern gehören. Ich bestätige, dass ich keine weiteren Rechte auf zusätzliche Entschädigung oder Abrechnung habe und dass ich keine weiteren Ansprüche aus diesem Grund gegen den Fotografen/Filmmacher und/oder seine Rechtsnachfolger geltend machen werde. Ich erkenne an, dass diese Freigabeerklärung für meine Erben und Rechtsnachfolger

verbindlich ist. Ich stimme zu, dass diese Freigabeerklärung unwiderruflich ist und auf Dauer und weltweit gilt, sie unterliegt unter Ausschluss des Kollisionsrechts dem Recht in Deutschland (o altri Paesi, specificare). Ich erkläre und versichere, dass ich mindestens 18 Jahre alt und voll rechtsfähig zur Abgabe dieser Erklärung bin.

Name des Fotografen/Filmmacher:
Datum des Shootings:

Unterschrift Des Fotomodells:
Name in Druckschrift:
Geburtsdatum
Datum:

> **model release in spagnolo**

Concedo a Fotógrafos/Realizadores de Películas o Cesionarios autorización para poder licenciar y hacer uso de las Imágenes en cualquier Medio y con cualquier fin (exceptuados los difamatorios), lo que incluye, entre otros, la publicidad, la promoción, la comercialización y el empaquetado de cualquier producto o servicio. Reconozco y acepto que las Imágenes puedan combinarse con otras imágenes, texto y gráficos, así como cortarse, alterarse o modificarse. Reconozco y acepto no poseer derecho alguno sobre las Imágenes, derechos todos ellos que pertenecen a Fotógrafos/Realizadores de Películas o Cesionarios. Reconozco y acepto asimismo que no poseo derecho alguno a ninguna Contraprestación o contabilidad adicional, comprometiéndome por la presente a no plantear reclamación alguna frente a Fotógrafos/Realizadores de Películas o Cesionarios sea cual fuere la causa. Reconozco y acepto el carácter vinculante de la presente cesión con respecto a mis herederos y cesionarios. Consiento asimismo en aceptar el carácter irrevocable, indefinido y de ámbito mundial de esta cesión, así como que la ley por la que se rija sea la de España (o altri Paesi, specificare), quedando excluida la aplicación de la legislación sobre controversias de dicho Estado. Declaro ser mayor de edad (tener al menos 18 años) y poseer plena capacidad de obrar para poder suscribir la presente cesión.

Nombre del Fotógrafo/Realizador de Películas:
Fecha de la Sesión:
Firma del Fotógrafo/Realizador de Películas:

Firma del Modelo:
Nombre del Modelo:
Fecha de nacimiento del Modelo:
Fecha:

> **documenti riassuntivi on-the-road**

Frequentemente, in condizioni di reportage "sul territorio", ci si vede contestare la possibilità di effettuare riprese a edifici, palazzi, proprietà private e persone.

Anche se esistono alcuni casi di oggettiva restrizione, molto di sovente l'impedimento opposto al fotografo non ha fondamento legale, e viene opposto unicamente per la "moda" della tutelay della privacy, spesso senza che ci sia alcuna relazione con effettive norme di legge.

Riportiamo due testi riassuntivi delle due casistiche piu' frequenti: la ripresa di edifici, e la ripresa di persone. Sugeriamo di stampare i due testi, e di tenerli con l'attrezzature, come documentazione di riferimento.

> Normativa sull'eseguibilità riprese di edifici

Testo da portare con sé a titolo di chiarimento della normativa nazionale che regola, vincola o permette la realizzazione e diffusione di imprese di proprietà private ed edifici

L'esecuzione di riprese fotografiche di edifici privati per come risultano visibili dal normale passaggio pubblico è LIBERA DA VINCOLI di ogni genere, e non richiede – a norma di Legge – alcuna esplicita autorizzazione preventiva.

E' illecita l'opposizione all'esecuzione delle riprese ad eccezione dei casi di limitazione effettivamente previsti dalla Legge, e cioè:

(a) Riprese di installazioni che rientrino nella previsione dell'Allegato al R.D. 11 luglio 1941, n. 1161 (caserme, depositi militari, dislocazione di forze armate, di produzione o trasporto energia, centrali energetiche, dighe, nodi ferroviari od autostradali o comunque di organizzazione dei trasporti).

(b) Riprese di edifici e 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 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42

(c) Riprese di edifici anche non rientranti nei casi precedenti, ma per realizzare le quali venga adottato un artificio volto a superare in tutto o in parte una barriera visiva voluta dal proprietario a protezione della sua privacy.

(d) Pubblicazione (e non semplice effettuazione delle riprese) di edifici privati la cui immagine venga poi utilizzata per promuovere o comunque in abbinamento a prodotti e/o servizi non attinenti a quelli del proprietario, laddove questa operazione possa essere configurata come concorrenza sleale, ai sensi dell'art 2598 Codice Civile.

I tutti gli altri casi, non occorre autorizzazione né per la realizzazione delle riprese, né per l'eventuale pubblicazione delle stesse. Si sottolinea che nella nostra legislazione positiva non esiste alcuna disposizione che preveda un "diritto di immagine" sulla proprietà privata (come invece previsto in altre Legislazioni, ad esempio quella statunitense e francese).

Si pregano privati ed Autorità di agevolare il latore della presente, che si identifichi con tesserino nominale personale, (a scadenza, numerato a rilievo con codice a 16 cifre), di appartenenza a codesta Associazione Nazionale Fotografi Professionisti TAU Visual, nell'esercizio nella sua professione.

> Normativa sull'eseguibilità ritratti

L'esecuzione di ritratti estemporanei di persone in occasione di avvenimenti pubblici, o in luoghi aperti al pubblico, è LIBERA DA VINCOLI di ogni genere, e non richiede – a norma di Legge – alcuna esplicita autorizzazione preventiva.

La normativa vigente:

(a) Legge 633/41 e successive modifiche, artt. 96 e segg;

(b) Dlsg 30 giugno 2003, n.196 Codice in materia di protezione dei dati personali;

(c) Codice Civile, art 10;

impone esclusivamente restrizioni nel caso in cui le immagini realizzate debbano essere utilizzate per pubblicazioni, e cioè per esposizione o diffusione ad un pubblico indistinto e indiscriminato.

Nel SOLO caso di successiva pubblicazione, può occorrere che la persona ritratta – e la cui effigie risulti riconoscibile – presti assenso, autorizzando tale pubblicazione.

Non occorre assenso della persona ritratta alla pubblicazione:

1) Nel caso di pubblicazione motivata di informazione giornalistica, ai sensi art 97 legge 633/41, entro i limiti previsti dal Codice di Deontologia di esercizio della professione giornalistica, allegato A del Dlsg 30 giugno 2003, n.196

2) In caso di notorietà del personaggio ritratto, ai sensi art 97 legge 633/41

Nella semplice fase di effettuazione delle riprese in luoghi aperti al pubblico NON esiste alcuna norma positiva che vieti tale esecuzione.

Si pregano privati ed Autorità di agevolare il latore della presente, che si identifichi con tesserino nominale personale, (a scadenza, numerato a rilievo con codice a 16 cifre), di appartenenza a codesta Associazione, nell'esercizio nella sua professione.

> accordi con modelle

> accordo esclusiva per modelle / i

La presente scrittura privata viene stilata fra il professionista _____, di seguito denominato "esclusivista" e il modello/a _____, via _____, di seguito denominata "modello".

1) Con la presente il modello si impegna a concedere all'esclusivista la gestione della propria immagine professionale, senza eccezioni, riconoscendo la commissione pattuita al punto 3, e per tutta la durata dell'accordo come definito al punto 5.

2) L'esclusivista, dal canto suo, si impegna a porre a disposizione del modello tutte le sue conoscenze e capacità professionali, al fine di procurare il maggior numero possibile di contratti per l'impiego dell'immagine del modello (sfilate, filmati, riprese fotografiche, eccetera).

3) Per ciascun contratto andato a buon fine sia tramite interessamento dell'esclusivista, sia per altri contatti, il modello corrisponderà all'esclusivista la commissione del (10 - 15 - 20%, secondo accordi) sul compenso professionale lordo percepito.

4) Il modello conserva il diritto di valutare ciascuna commissione di lavoro proposita dall'esclusivista, conservando piena facoltà di accettare o meno la proposta, a suo insindacabile giudizio.

Tale facoltà di riserva dovrà essere esercitata dal modello dando eventuale risposta negativa entro 24 ore da ciascuna singola proposta di lavoro. Trascorso tale lasso di tempo, la proposta si intende comunque accettata.

Una volta indicato il proprio assenso ad uno specifico lavoro, tuttavia, il modello si intenderà impegnato per tale opzione, e non potrà recedere dalla propria disponibilità se non per comprovate e documentate cause di forza maggiore.

5) Il presente accordo ha validità fino al 31 dicembre _____, e si intende tacitamente rinnovato di anno solare in anno solare, fatta salva la possibilità di recesso per entrambe le parti, esercitabile mediante semplice disdetta scritta da far pervenire alla controparte con un preavviso di almeno 30 giorni rispetto alla scadenza.

6) In caso di disaccordo fra le parti nell'interpretazione o nell'esecuzione della presente scrittura, entrambe le parti convengono di affidare in prima istanza la soluzione della controversia, al giudizio di un collegio arbitrale, composto di tre membri, di cui due scelti da ciascuna delle parti in causa (un membro ciascuno), ed il terzo designato di comune accordo dai due arbitri già individuati.

Se la controversia non fosse componibile stragiudizialmente o avesse sostanziale rilevanza, saranno adite le vie legali del caso. Questo punto dell'accordo non rappresenta quindi limitazione del Foro Competente, ma semplice dichiarazione di intenti delle parti a dirimere le eventuali divergenze nella formula e con la procedura più diretta ed amichevole.

data e luogo:

Per accettazione:

L'esclusivista il/la modello/a

Per esplicita conoscenza ed accettazione dei punti 1 (esclusiva); 4 (diritto di riserva), 5 (tacito rinnovo), 6 (collegio arbitrale)

L'esclusivista il/la modello/a

> accordo rappresentanza non esclusiva per modelle

La presente scrittura privata viene stilata fra il professionista _____, di seguito denominato "rappresentante" e la modella _____, via _____, di seguito denominata "modella".

1) Con la presente la modella si impegna a concedere al rappresentante la gestione della propria immagine professionale, senza eccezioni, riconoscendo la commissione pattuita al punto 3, e per tutta la durata dell'accordo come definito al punto 5.

2) Il rappresentante, dal canto suo, si impegna a porre a disposizione della modella tutte le sue conoscenze e capacità professionali, al fine di procurare il maggior numero possibile di contratti per l'impiego dell'immagine della modella (sfilate, filmati, riprese fotografiche, eccetera).

3) Per ciascun contratto andato a buon fine sia tramite interessamento del rappresentante, sia per altri contatti, la modella corrisponderà al rappresentante la commissione del (10 - 15 - 20%, secondo accordi) sul compenso professionale lordo percepito.

4) La modella conserva il diritto di valutare ciascuna commissione di lavoro proposita dal rappresentante, conservando piena facoltà di accettare o meno la proposta, a suo insindacabile giudizio.

Tale facoltà di riserva dovrà essere esercitata dalla modella dando risposta positiva o meno entro 24 ore da ciascuna singola proposta di lavoro.

Una volta indicato il proprio assenso ad uno specifico lavoro, tuttavia, la modella si intenderà impegnata per tale opzione, e non potrà recedere dalla propria disponibilità se non per comprovate e documentate cause di forza maggiore.

5) Il presente accordo ha validità fino al 31 dicembre _____, e si intende tacitamente rinnovato di anno solare in anno solare, fatta salva la possibilità di recesso per entrambe le parti, esercitabile mediante semplice disdetta scritta da far pervenire alla controparte con un preavviso di almeno 30 giorni rispetto alla scadenza.

6) L'accordo si intende stipulato con un vincolo di esclusiva parziale. La modella si impegna cioè a non accettare altre commissioni di lavoro provenienti da altri, fatta salva la possibilità di accordi espliciti e per iscritto in deroga al presente accordo.

7) In caso di disaccordo fra le parti nell'interpretazione o nell'esecuzione della presente scrittura, entrambe le parti convengono di affidare in prima istanza la soluzione della controversia al giudizio di un collegio arbitrale, composto di tre membri, di cui due scelti da ciascuna delle parti in causa (un membro ciascuno), ed il terzo designato di comune accordo dai due arbitri già individuati.

Se la controversia non fosse componibile stragiudizialmente o avesse sostanziale rilevanza, saranno adite le vie legali del caso. Questo punto dell'accordo non rappresenta quindi limitazione del Foro Competente, ma semplice dichiarazione di intenti delle parti a dirimere le eventuali divergenze nella formula e con la procedura più diretta ed amichevole.

Per accettazione:

il rappresentante _____ il/la modello/a _____

Per esplicita conoscenza ed accettazione dei punti 1 (esclusiva); 4 (diritto di riserva), 5 (tacito rinnovo), 6 (esclusiva parziale) e 7 (collegio arbitrale) .

il rappresentante _____ il/la modello/a _____

Data e luogo:

> immagini in visione e consegna senza cessione di diritti

> cessione immagini in visione

In data.../.../... riceviamo in consegna da.....

immagini fotografiche in forma di n..... diapositive/stampe/files come descritto sul

retro della presente ricevuta.

Le fotografie in oggetto vengono da noi trattenute esclusivamente in visione, per valutare la possibilità di un loro eventuale utilizzo, che sarà comunque pattuito da ulteriori accordi scritti.

Tutto il materiale ricevuto in visione verrà restituito a..... entro e non oltre il giorno.../.../...

Il ritardo non giustificato nella riconsegna del materiale oltre tale limite di tempo non comporterà tacita accettazione ma genererà fatturazione di tutto il materiale al prezzo di euro..... per immagine, senza che con tale rimborso si intenda ceduto alcun diritto di utilizzo.

Nel frattempo le immagini si intendono a noi affidate in qualità di depositari a titolo gratuito, ai sensi dell'articolo 1766 e seguenti del Codice Civile.

In assenza di esplicita autorizzazione scritta dell'Autore, ci impegniamo a non eseguire alcun tipo di duplicazione o riproduzione anche parziale del materiale ricevuto in consegna.

Per accettazione:

(Firma della Ditta che accetta le immagini)

> cessione immagini in visione / forma breve

Leggere con attenzione la "nota importante" riportata all'inizio della sezione contratti e release. Per ricevuta di immagini in visione in forma breve è sufficiente far sottoscrivere la semplice dizione:

"Riceviamo in consegna ad esclusivo fine di conto visione numero ____ immagini (descrizione), che potranno essere trattenute per semplice valutazione fino al __/__/____"

> immagini creative con concept – in visione

Riceviamo in visione n____ elaborati fotografici, come come riprodotti in allegato.

Le fotografie in oggetto vengono da noi trattenute esclusivamente in visione, per valutare la possibilità di un loro eventuale utilizzo, che sarà comunque pattuito da ulteriori accordi scritti.

Data la natura creativa ed interpretativa delle immagini proposte, garantiamo altresì che non verrà dato corso al rifacimento o rielaborazione di tali immagini, ad opera di altri autori, utilizzando il "concept" sul quale sono costruite le opere consegnate, e cioè l'idea portante descrivibile come: (breve descrizione testuale delle caratteristiche che si reputano salienti).

data e luogo

(Firma della Ditta che accetta le immagini)

> cessione diritti di utilizzo editoriali

> cessione diritti di pubblicazione per una sola uscita

Riceviamo da..... n..... immagini fotografiche, come da distinta redatta sul retro della presente e da noi controfirmata per accettazione.

1) Di suddetto materiale acquisiamo i diritti di pubblicazione relativi ad una sola uscita sulla nostra testata:....., in un fascicolo edito entro e non oltre il.../.../... Le immagini sono destinate a pagine interne / pagina di copertina.

2) Viene concordato il compenso di euro..... ad immagine (oppure: di euro..... a corpo per l'intero servizio); con ciò si intendono acquisiti esclusivamente i diritti per una pubblicazione, per la testata suddetta e per la destinazione indicata.

3) Qualsiasi diverso e/o successivo utilizzo delle immagini dovrà essere preventivamente concordato per iscritto. Sono esclusi tutti gli utilizzi a fini

pubblicitari o promozionali, come realizzazione di locandine, poster, pieghevoli e simili.

4) Il pagamento sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura. Il tardato pagamento comporta l'addebito degli interessi passivi al tasso ufficiale di sconto maggiorato di.... punti percentuali annui.

5) Il cedente delle immagini si impegna a garantire l'esclusiva delle immagini cedute per un periodo di: (48 ore / trenta giorni / sessanta giorni / sei mesi) dalla data di pubblicazione della testata. Durante questo periodo l'immagine non potrà essere ceduta ad altre pubblicazioni o ad altri clienti, pena la decadenza del presente accordo.

6) L'Autore delle immagini si impegna ad interdire eventuali altri depositari del suo archivio dalla pubblicazione o l'utilizzo di eventuali duplicati delle immagini cedute ed oggetto della presente scrittura, fino alla scadenza della data di esclusiva.

7) La menzione del nome dell'Autore è obbligatoria, in rispetto dell'Art. 20 del DPR n.19 del 8/01/1979. L'Editore si riserva la facoltà di indicare il nome dell'Autore o a lato di ciascuna immagine, o in apposito spazio - indicato come "riferimenti iconografici" od "autori delle fotografie" - a piè di pagina, od in altro spazio della pubblicazione. A tal fine, l'Autore cedente le immagini si impegna ad indicare con chiarezza i propri dati su ciascuna immagine.

8) L'Editore si impegna a restituire entro e non oltre il.../.../... il materiale fotografico ricevuto in consegna.

(Firme dei contraenti)

Per esplicita conoscenza ed accettazione dei punti di cui ai numeri 1)(destinazione), 4)(pagamento), 5)(esclusiva).

(Firme dei contraenti)

> diritti pubblicazione per una sola uscita - forma breve

Leggere con attenzione la "nota importante" riportata all'inizio della sezione contratti e release. Per accordo di cessione per un solo uso, in forma breve, è sufficiente far sottoscrivere la semplice dicitura:

"Riceviamo in consegna numero ____ immagini (descrizione), con destinazione d'uso di pubblicazione per una uscita su...."

> cessioni senza limitazioni

> cessione di tutti i diritti

In data.../.../... riceviamo dal fotografo autore: n..... fotografie, come da distinta redatta sul retro della presente, e da noi controfirmata per accettazione.

1) Di tali immagini, con la presente acquisiamo tutti i diritti di sfruttamento economico - nessuno escluso - in campo pubblicitario ed editoriale, con diritto di esclusiva senza limiti di tempo.

2) Il prezzo di cessione è fissato in euro..... per immagine (oppure: euro a corpo), e si intende esaustivo di qualsiasi futura pretesa economica dell'Autore, dei suoi aventi diritto o dei suoi eredi.

3) Il pagamento sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura. Il tardato pagamento comporta l'addebito degli interessi passivi al tasso ufficiale maggiorato di.... punti percentuali annui.

4) L'Autore dichiara sotto la sua diretta responsabilità che il materiale di cui cede i diritti è inedito e non sfruttato da altri per campagne pubblicitarie od iniziative editoriali. Garantisce inoltre di avere provveduto a ritirare duplicati autorizzati che, a sua conoscenza, dovessero trovarsi in deposito presso terzi, avendo con ciò interdetto costoro dall'utilizzo delle immagini in oggetto, anche col renderli edotti dell'avvenuta cessione totale alla nostra ditta dei diritti di dette immagini.

5) Il materiale in causa non potrà essere ceduto a terzi.

6) L'acquisizione dei diritti di utilizzazione non esime dall'obbligo della menzione del

nome del fotografo, che verrà citato unitamente alla nostra ragione sociale, con dicitura simile: "fotografia di: (nostra ragione sociale/nome dell'autore)", in rispetto dell'Art. 20 del DPR n.19 del 8/01/1979. L'Editore si riserva la facoltà di indicare il nome dell'Autore o a lato di ciascuna immagine, o in apposito spazio - indicato come "riferimenti iconografici" od "autori delle fotografie" - a piè di pagina, od in altro spazio della pubblicazione.

(Firme dei contraenti)

Per esplicita conoscenza ed accettazione dei punti di cui ai numeri 1)(destinazione), 3)(pagamento), 4)(esclusiva), 5)(non cedibilità a terzi).

(Firme dei contraenti)

> **accordo di collaborazione giornalistica senza subordinazione**

1) Fra _____ (collaboratore professionale) e la _____ (editore) è stipulato un accordo di collaborazione professionale senza vincoli di subordinazione.

La collaborazione è relativa unicamente alle attività di prestazione di servizi della _____ e, segnatamente, (alla realizzazione di servizi fotografici e video).

2) A compenso delle prestazioni, svolte senza alcun vincolo di subordinazione ed orario, la _____ corrisponderà a _____ un compenso su base mensile di euro _____ al lordo delle trattenute di legge -(oppure) - un compenso a servizio accettato per la pubblicazione (indipendentemente dal fatto che venga poi utilizzato o meno) forfaitariamente determinato in euro _____, ed intendendosi per servizio un insieme di minimo _____ immagini e massimo _____ immagini, fra loro interconnesse e costituenti una documentazione unitaria od un documento, od un racconto per immagini.

3) Per espressa pattuizione fra le parti, in nessun modo il rapporto di collaborazione potrà essere relativo ad un rapporto di lavoro dipendente. In particolare, la sostanziale natura della collaborazione ha natura di prestazione intellettuale, e non esisterà alcun vincolo disciplinare da parte dell'impresa. Gli orari di lavoro saranno orientativamente concordati, ma sostanzialmente mobili e commisurati alle relative disponibilità ed esigenze.

4) L'accordo avrà validità dal 15/12/___ al 15/12/___, e si intenderà tacitamente rinnovato alla scadenza per pari periodi, fatta salva la possibilità di recesso da parte di entrambe le parti con semplice comunicazione scritta comunicata con preavviso di 30 giorni.

5) Di tali immagini, al committente verranno ceduti i diritti senza limiti di tempo, non in esclusiva, senza facoltà di cessione a terzi da parte del committente, il che significa che l'editore avrà facoltà di riutilizzare COPIE delle immagini per le sue pubblicazioni senza limiti di tempo, ma non potrà cedere tali diritti a terzi. Dal canto suo, l'autore deterrà gli originali o i files master delle immagini, e potrà rivendere i diritti di utilizzo di tali immagini a terzi, purché non a diretti concorrenti dell'editore e non prima di sei mesi dall'avvenuta consegna delle immagini all'editore committente.

6) Il pagamento delle fatture di prestazione sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura. Il tardato pagamento comporta l'addebito degli interessi passivi al tasso ufficiale maggiorato di.... punti percentuali annui.

7) L'acquisizione dei diritti di utilizzazione non esime dall'obbligo della menzione del nome del fotografo, che verrà citato unitamente alla nostra ragione sociale, con dicitura simile: "fotografia di: (nostra ragione sociale/nome dell'autore)", in rispetto dell'Art. 20 del DPR n.19 del 8/01/1979. L'Editore si riserva la facoltà di indicare il nome dell'Autore o a lato di ciascuna immagine, o in apposito spazio - indicato come "riferimenti iconografici" od "autori delle fotografie" - a piè di pagina, od in altro spazio della pubblicazione.

> **cessione di diritti senza limiti, ma non in esclusiva** (apparente buy out)

In molti casi, il Cliente ravvede la necessità di poter disporre delle immagini commissionate o comunque acquistate senza dover chiedere di volta in volta

l'estensione dei diritti d'utilizzo.

Questa situazione a volte genera uno stato di "empasse", perché il cliente chiede di fatto una cessione completa dei diritti d'uso (che avrebbe un valore economico molto elevato), ma senza in realtà dovere fare un uso delle immagini tanto estensivo ed intensivo quanto sarebbe previsto con un "buy out" reale (vendita di tutti i diritti).

La soluzione a questo stato di cose è prevedere, all'interno dell'accordo fra le parti, una clausola esplicita con la quale si effettua un trasferimento dei diritti senza limiti, ma non in esclusiva; questa soluzione lascia al cliente piena libertà nell'utilizzo delle immagini per i suoi impieghi, ma lascia al fotografo pari facoltà, con questo giustificando il contenimento del costo di tale cessione dei diritti.

(clausola per cessione diritti di utilizzo senza limiti, non in esclusiva)

*) Le parti concordano che il diritto di sfruttamento delle immagini oggetto di questo accordo viene descritto come cessione senza limiti ma non in esclusiva, con ciò intendendo che il cliente acquirente dei diritti acquisisce per se stesso (cioè, per l'acquirente identificato da codice fiscale: _____) la piena facoltà di utilizzo, senza limiti né temporali né di destinazione d'uso, di tutte le immagini, esclusa unicamente la facoltà di cessione a terzi di tali diritti; l'autore delle immagini, dal canto suo, conserva il diritto di utilizzare per se e di cedere eventualmente a terzi i diritti d'uso, escludendo unicamente cessioni a strutture od utilizzatori la cui attività sia direttamente in concorrenza con quella dell'acquirente _____.

> utilizzi e preventivi immagini commerciali

> clausola breve di destinazione d'uso

(Leggere con attenzione la "nota importante" riportata all'inizio della sezione contratti e release. Questa clausola può essere riportata su tutte le fatture, i preventivi ed i buoni di consegna delle immagini, per evitare l'automatica cessione dei diritti di sfruttamento nel caso di immagini realizzate su commissione):

"Le immagini si intendono cedute con le seguenti finalità d'uso: (scegliere fra: catalogo, brossura, pubblicazione editoriale, pubblicità, affissione, cartello vetrina, cartolina, uso interno e documentazione, uso personale, tutti gli impieghi, altri) per un periodo di tempo di (giorni od anni, max 20 anni)".

> preventivo breve "passepartout"

per immagini commerciali commissionate

("passepartout" - soluzione consigliata di default)

(Questo preventivo è suggerito per la maggioranza e nella normalità dei casi. È concepito appositamente con la caratteristica di brevità, di semplicità di lettura e con un piccolo escamotage per sottolineare la stretta correlazione fra estensione dei diritti d'uso e costo di realizzazione. In pratica, il preventivo è concepito in maniera che il cliente, portato a definire in maniera molto rapida ed amichevole i punti salienti dell'accordo, si trovi dinanzi ad una "falsa scelta" tariffaria: alternative tutte comunque volte a guidare per mano a ammettere una restrizione – quella concordata – nei diritti d'utilizzo. Il fatto che il prezzo venga proposto su diversi livelli impedisce che il cliente smemorato o smaliziato, in un secondo momento, sostenga che non fosse stata chiara l'esistenza di una limitazione dei diritti d'uso, e che "credeva di avere comprato la fotografia" e quindi di non dovere più rendere conto. ATTENZIONE: gli importi suggeriti sono ovviamente solo simbolici, possono e devono essere variati a piacimento, come anche la struttura, ispirandosi alle tariffe reali commentate nel Tariffario di Riferimento. Con l'esempio esposto si intende suggerire: a) Linguaggio amichevole e non burocratico; b) parcellizzazione in diverse voci, comunque riassunte forfaitariamente; c) variazione del compenso piccola sulle voci marginali, costanziosa su quello di shooting; d) evidente correlazione fra costo finale del forfait e estensione dei diritti così ottenuti.

Questa offerta preventiva rappresenta la nostra migliore proposta per la realizzazione di vostre immagini per _____. Sono state valutate con attenzione e scrupolo tutte le possibili varianti tecniche e creative che permettano di ottenere i migliori risultati con l'ottimizzazione delle risorse impiegate.

Per l'intera produzione – descritta nel dettaglio a parte – il compenso forfittario e' cosi' determinato:

	opzione comprensiva diritti basilari	opzione comprensiva diritti intermedi	opzione comprensiva diritti pieni
Shooting comprensivo dei diritti	1200	1700	3000
<i>EVENTUALI</i>			
Assicurazione responsabilita' civile	50	50	50
Compenso assistente	100	120	150
Postproduzione	350	400	450
Noleggio luci	350	350	350
Styling	300	350	400
Trucco e parrucco	250	300	350
eccetera			

La scelta dell'opzione tariffaria e' riferita alla preferenza per una maggiore o minore estensione dell'utilizzabilità delle immagini.

Con l'opzione "diritti basilari" al prezzo forfittario pattuito per lo shooting si intendono compresi i diritti per: utilizzo su internet, utilizzo in presentazione multimediali, utilizzo per depliant semplici (pieghevole fino a otto facciate), uso per documentazione interna e book venditori.

Con l'opzione "diritti intermedi" al prezzo forfittario pattuito per lo shooting si intendono compresi – oltre i diritti gia' elencati alla voce "diritti minimi", anche quelli per catalogo, brossura di pregio, annual report, cartelli vetrina, cartoline e poster aziendali, espositori da banco, cartella stampa (diffusione a giornalisti per impieghi esclusivamente redazionali), packaging e cartelli in fiere.

Con l'opzione "diritti pieni" al prezzo forfittario pattuito per lo shooting si intendono compresi i diritti gia' elencati nelle prime due voci (minimi ed intermedi), a cui si aggiungono diritti per campagna stampa e campagna affissione (limitatamente ad un anno e limitatamente al territorio nazionale). Ulteriori estensioni vanno concordate.

Si pattuisce che il nome dell'autore fotografo dovrà essere indicato in tutte le utilizzazioni delle immagini.

Il pagamento alla consegna (50% all'ordine – 50% alla consegna del materiale) comporta l'applicazione di uno sconto commerciale del 5% sull'intero importo dei compensi (spese vive escluse).

Se si sceglie una formula posticipata di pagamento, questo sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura.

Decorso tale termine, il tardato pagamento comporta l'applicazione di una penale pari allo 0,05% dell'importo dovuto, per ogni giorno di ritardo (ad esempio: 20 giorni di ritardo: penale pari a 1% importo).

Firma dei contraenti

Ulteriore firma dei contraenti per esplicita conoscenza termini di pagamento e penale di mora.

> formula breve per cessione o estensione diritti d'uso di immagini stock

Con la presente, l'Autore _____ cede all'utilizzatore _____ il diritto di

utilizzo delle immagini descritte in elenco riportato al piede (o allegate in stampa a bassa risoluzione) con le seguenti esplicite finalità d'uso:

(scegliere fra: catalogo, brossura, pubblicazione editoriale, pubblicità, affissione, cartello vetrina, cartolina, uso interno e documentazione, uso personale, tutti gli impieghi, altri).

Tali diritti si intendono ceduti per un periodo di tempo di (giorni od anni, max 20 anni), trascorso il quale cessa la facoltà del cliente di fare uso attivo di tali immagini.

Il corrispettivo forfittario per tale cessione si intende stabilito in euro _____ da versarsi a mezzo _____ entro il giorno _____. La mancata corresponsione del compenso pattuito comporta l'inefficacia della cessione di diritti qui descritta, rendendo illecito ogni uso eventualmente posto in essere.

Ai sensi della legge 633/41 e successive modifiche, ogni altro utilizzo non espressamente descritto in questo accordo si intende escluso dalla cessione. Ciò comporta che ogni diverso o più estensivo utilizzo deve essere oggetto di ulteriore successivo accordo.

Si concorda che il nome dell'autore debba essere citato in ogni utilizzo delle immagini stesse, a fianco di esse o in apposito spazio dedicato ai "credits".

(firme dei contraenti)

> preventivo immagini commerciali - compenso forfittario

Preventivo di massima per la realizzazione di n..... circa immagini fotografiche facenti parte di un'unica serie destinata alla realizzazione di.....

Il diritto di utilizzazione delle immagini, realizzate per ordine e conto della ditta..... sarà retribuito con compenso forfittario determinato in ragione di euro..... complessive, comprensivo di diritto di utilizzo come più avanti specificato. Tale forfait si intende riferito alla realizzazione di un minimo di ___ ed un massimo di ___ immagini; eventuali variazioni dell'onerosità del lavoro nel suo complesso comporteranno proporzionali adeguamenti del compenso, anche senza successiva esplicita pattuizione scritta. Le spese ordinarie (materiali sensibili e sviluppi) si intendono comprese/non comprese in tale forfait, e valutate - ai soli fini informativi - ammontanti a circa euro ___ (a corpo / ad immagine). Eventuali spese di trasferta, lavorazioni particolari (come ritocchi, inserimenti, ecc.), o prestazioni di terzi (modelle/i, truccatori, ecc) si intendono a carico del committente, con rimborso a consuntivo. Il pagamento sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura. Il tardato pagamento comporta l'addebito degli interessi passivi al tasso ufficiale di sconto maggiorato di.... punti percentuali annui.

Le immagini prodotte si intendono cedute in diritto di utilizzo per le seguenti destinazioni:....., con esclusione di quelle non specificatamente indicate.

Il diritto è concesso per.... mesi (o anni).

Il materiale prodotto dovrà essere custodito dal committente per tutto il tempo per il quale ne sono concessi i diritti di utilizzazione. Scaduto tale termine (e cioè entro il.../.../...) detto materiale andrà integralmente restituito al fotografo, che ne resta l'unico proprietario, in forza dei presenti accordi contrattuali ed ai sensi della Legge 22/4/'41 n.633 - DPR n.19 del 8/1'79.

(firme dei contraenti)

> preventivo dettagliato di produzione

Dati completi del cliente:

Soggetto della cessione (Azienda, testata, marchio, ecc)

Egregi,

con la presente Vi comunichiamo la nostra offerta per la realizzazione di servizio fotografico come da Vostra richiesta.

compensi professionali

Compensi per la realizzazione del servizio, inteso come preparazione, shooting e postproduzione dello stesso, nei limiti e con le modalità previste.

La concessione dei diritti d'uso non è compresa, e viene specificata nel dettaglio più avanti.

L'importo per il compenso professionale è da considerarsi al netto di IVA ed al lordo di eventuale ritenuta d'acconto. Tutte le spese accessorie (vedi più avanti) sono preventivate a parte.

Compenso professionale, casting e preparazione, a corpo: ...

Compenso professionale, per shooting, a corpo: ...

Compenso professionale, per postproduzione, esclusi compensi a terzi, a corpo ...

In alternativa:

Compenso professionale, a singola immagine ...

In alternativa:

Compenso professionale, a giornata lavorativa ...

Gettone, per giornate di trasferta o di fermo tecnico non imputabile al fotografo ...

Accludiamo in allegato descrizione del servizio (tipologia delle immagini, complessità, formato di esecuzione, altri elementi utili).

preventivo spese

(gli importi qui evidenziati si intendono estimativi, e soggetti ad oscillazioni in più od in meno per una percentuale massima del 15%)

spese generali

Trasferta (spese vive di viaggio o rimborso chilometrico) ...

Vitto e alloggio ... / ...

Altro

spese specifiche

Noleggi

Assistenti

Modelli/e

Styling

Location

Art Buyer

Home economist

Falegname

Elettricisti

Pittori – decoratori

Noleggio studio

Noleggio luci

Noleggi di altro genere

Assicurazione responsabilità civile

Assicurazione materiali del cliente

Mock Up

Materiale sensibile invertibile e negativo

Sviluppi

Polaroid

Postproduzione digitale

Scansioni e masterizzazioni

Trasmissione dati

Altro

Totale spese _____ (+/- 15%)

destinazione d'uso delle immagini

(Ai sensi della legge 633/41 e del DPR 19/79, nel realizzare le immagini fotografiche oggetto dell'accordo vi concediamo i seguenti diritti d'uso)

Vengono di seguito specificati, per ciascuna voce evidenziata

1. Destinazione d'uso
2. Durata temporale
3. Limiti geografici (Italia, Europa, altri Paesi, Usa, mondo intero, ecc)
4. Prezzo per ciascuna cessione di diritti

Affissione

Campagna stampa trade (non in edicola)

Campagna stampa periodici diffusi in edicola

Campagna stampa house organ

Campagna stampa completa

Campagna Stampa + affissione

Crowner

Cartello vetrina

Vetrofanie e sticker

Point Of Purchase completo

Depliantistica

Utilizzo per catalogo

Utilizzo per cartella stampa

Uso solo privato o per documentazione interna (esclude ogni altra concessione)

Cessione completa, senza limiti – buy out

ESCLUSIVA DELLA CESSIONE

Inedito

Esclusiva assoluta, senza limiti di tempo

Esclusiva assoluta, fino al

Esclusiva settoriale, senza limiti di tempo

Esclusiva settoriale, fino al

Senza esclusiva

> Eventuali variazioni dell'onerosità del lavoro nel suo complesso comporteranno proporzionali adeguamenti del compenso, anche senza successiva esplicita pattuizione scritta.

> Il pagamento sarà effettuato a mezzo....., entro.... giorni dalla data di fattura.

> Il tardato pagamento comporta l'addebito degli interessi passivi al tasso ufficiale di sconto maggiorato di tre punti percentuali annui.

> Il materiale prodotto dovrà essere custodito dal committente per tutto il tempo per il quale ne sono concessi i diritti di utilizzazione. Scaduto tale termine (e cioè entro il.../.../...) detto materiale andrà integralmente restituito al fotografo, che ne resta l'unico proprietario, in forza dei presenti accordi contrattuali ed ai sensi della Legge 22/4/'41 n.633 - DPr n.19 del 8/1'79.

> La citazione del nome dell'autore è obbligatoria per legge in qualsiasi utilizzo delle immagini (art. 20 legge 633/41).

Si conviene deroga a tale obbligo di legge Non si conviene deroga.

Restiamo in attesa di un cenno di riscontro, che potrete farci pervenire rinviando questo preventivo, controfirmato per accettazione, al nostro numero di fax:

> contratto per affitto proprio studio come sala di posa

Accordo per concessione temporanea utilizzo spazio ed attrezzature per ripresa.

Con la presente scrittura privata, il sig. _____, titolare dello studio fotografico sito in via _____ (di seguito definito "lo Studio") concede a _____ cf _____ (di seguito definito "il Cliente") l'utilizzo temporaneo di spazi ed attrezzature come di seguito descritto, esclusivamente per l'esecuzione di una o più sessioni di shooting fotografico.

Lo spazio sarà a disposizione del Cliente nel/i giorno/i, a partire dalle ore _____ alle ore _____. Eventuali estensioni della durata del noleggio saranno conteggiate e fatturate come extra-time alla tariffa di euro _____ all'ora, comunque con riconsegna dei locali ed attrezzatura non oltre le ore _____.

Il Cliente tiene espressamente manlevato lo Studio da ogni responsabilità, diretta, indiretta o conseguente, verso i firmatari dell'accordo e verso terzi, che possa scaturire dalle operazioni di ripresa ed in genere dall'attività svolta dal Cliente durante le ore di noleggio nei locali posti a disposizione dallo Studio.

Inoltre, il Cliente si dichiara edotto e consenziente del fatto che sarà ritenuto responsabile di ogni eventuale danneggiamento occorso ai locali, attrezzature, accessori e persone durante la sua permanenza negli stessi.

A garanzia di consumi o richieste extra-preventivo comunque documentate da approvazione scritta da parte del Cliente, e a copertura di eventuali danni minori congiuntamente riscontrati all'atto della riconsegna di locali e attrezzature, e comunque per importi non superiori ad euro _____ in supero al prezzo pattuito per il noleggio, il Cliente accetta l'addebito su carta di credito, di cui vengono rilasciati preventivamente i dati completi.

Lo Studio da parte sua garantisce il pacifico godimento di spazi ed attrezzature, consegnati in stato idoneo all'uso per cui sono destinati (eventuale: ed offre copertura assicurativa per responsabilità civile, come da polizza allegata, con pagamento del premio compreso nel forfait pattuito).

Lo Studio viene consegnato con queste attrezzature:

(descrizione della dotazione di base – prevedere uno spazio di "spunta" delle voci per il check up finale)

al prezzo forfittario complessivo di euro

(eventuale) Il prezzo di noleggio comprende la disponibilità di un assistente di studio, il cui compito è quello di supportare il Cliente nell'esecuzione delle operazioni di allestimento, disallestimento ed esecuzione delle fasi collaterali alla ripresa, ferma restando la responsabilità completa del Cliente sul coordinamento di tutte le operazioni.

I seguenti servizi sono disponibili a richiesta, a costi aggiuntivi. Il prezzo a giornata (o unitario, o ad ora) viene indicato accanto a ciascuna voce (segue elenco voci di accessori, attrezzature o servizi offerti in aggiunta, ad esempio: faretti per luce spot, bank a terra o a soffitto, luce continua a scarica – lampade e ballast, lampade al tungsteno, devoltori, lampeggiatori aggiuntivi, pinze e prolunghie aggiuntive, cavalletti e colonne aggiuntivi, jumbo bank, fondali in carta, scala fotografica, uso di un carro ponte, costo orario falegnameria, pittori, macchina del vento, macchina del fumo, trucco e parrucchi, camerini, tappeti elastici camioncini e furgoni attrezzati per le riprese in esterni, camera oscura, servizi di laboratorio, stazione di lavoro postproduzione, dorsi digitali, fotocamere ed obiettivi, bar o ristorante o catering, eccetera).

Il pagamento deve essere effettuato entro _____ mediante _____

(firme dei contraenti)

> accordi per realizzazione mostre

> mostra personale

(su richiesta ed iniziativa del fotografo)

Con il presente accordo il gallerista _____ concede all'autore _____ la facoltà dell'utilizzo dei locali della galleria _____ per il periodo da ___/___/___ a ___/___/___ compresi, per l'allestimento e l'apertura al pubblico di una mostra fotografica personale dell'autore, così descritta: _____

Si conviene che per allestimento e disallestimento della mostra stessa, i locali saranno utilizzabili nelle seguenti giornate: _____

Il gallerista garantisce l'apertura dei locali nelle seguenti fasce orarie _____ con presenza / senza presenza di personale destinato all'accoglienza dei visitatori.

L'allestimento della mostra negli spazi gestiti dal gallerista non trasferisce allo stesso alcun diritto di utilizzo, sfruttamento o duplicazione delle immagini oggetto della mostra stessa, se non quelli strettamente e direttamente necessari sul piano tecnico per la presentazione al pubblico della mostra stessa, e limitatamente al periodo di promozione e presentazione dell'evento.

Il gallerista provvederà / non provvederà alla cura del servizio di ufficio stampa per la promozione della mostra stessa (in caso di cura di servizio di ufficio stampa, vengono presi accordi separati concernenti la natura ed i costi del servizio).

Quale corrispettivo per le disponibilità qui descritte, si pattuisce che (scegliere una o più fra le possibili soluzioni):

a) L'autore corrisponderà al gallerista un compenso forfittario di euro _____, comprensivo di spese e imposte, da liquidarsi in due tranches di pari importo, alla firma del presente accordo ed alla chiusura della mostra / evento. Al piede del presente accordo si riporta la descrizione analitica dei servizi e delle spese espressamente compresi in tale forfait.

b) Il gallerista curerà la vendita al pubblico delle opere esposte, secondo i prezzi concordati con l'autore, e tratterà come commissione il ___ % (40 % - 50% - 60%) del prezzo di vendita su ciascuna opera.

c) L'autore corrisponderà al gallerista un compenso forfittario di euro _____, comprensivo di spese e imposte, e una percentuale del ___ % (40 % - 50% - 60%) sulla vendita di ciascuna opera. L'ammontare delle percentuali maturate sulle vendite delle opere verrà conteggiata a detrazione del forfait concordato, fino a concorrenza della cifra di euro _____ (fissare un importo pari ad una porzione del forfait concordato, fino al massimo della cifra pari all'importo del forfait stesso).

L'autore garantisce che le immagini esposte non sono lesive di diritti di terzi e manleva fin d'ora il gallerista da ogni responsabilità connessa all'esposizione al pubblico delle sue opere.

> cura mostra tematica

(su richiesta di un committente)

Con il presente accordo il sig. _____ a nome della ditta / ente / struttura _____ conferisce al sig. _____ autore fotografo l'incarico di realizzare, con sue immagini, una mostra fotografica tematica a titolo: _____, da allestirsi ed esporsi nei locali _____ nel periodo compreso fra ___/___/___ e ___/___/___

L'ente organizzatore curerà l'apertura dei locali nelle seguenti fasce orarie _____ con presenza / senza presenza di personale destinato all'accoglienza dei visitatori.

L'allestimento della mostra così come richiesto dal committente trasferisce allo stesso unicamente il diritto alla realizzazione e promozione della mostra stessa nel periodo concordato (eventuale: ed alla realizzazione del relativo catalogo); ogni altro impiego delle immagini, con diversa od estesa destinazione d'uso, dovrà essere oggetto di espliciti successivi accordi.

Il fotografo autore provvederà / non provvederà alla cura del servizio di ufficio stampa per la promozione della mostra stessa (in caso di cura di servizio di ufficio stampa, vengono presi accordi separati concernenti la natura ed i costi del servizio). Quale corrispettivo per la ricerca iconografica / realizzazione delle immagini / diritti d'uso per la mostra / allestimento e cura della mostra con le modalità qui descritte, viene pattuito un compenso forfattario di _____ euro, comprensivo di spese e imposte, da liquidarsi in due tranches di pari importo, alla firma del presente accordo ed alla chiusura della mostra / evento. Al piede del presente accordo si riporta la descrizione analitica dei servizi e delle spese espressamente compresi in tale forfait. L'autore, dal suo canto, garantisce che le immagini esposte non saranno lesive di diritti di terzi e manleva fin d'ora il committente da ogni responsabilità connessa all'esposizione al pubblico delle sue opere.

> contratti con clienti privati

> servizio di cerimonia

Nota importante: nel rapporto con gli sposi, piuttosto di sovente si è (motivatamente) restii a proporre dei contratti veri e propri, per timore che la coppia di sposi si "offenda" per quella che sembra essere una mancanza di fiducia.

Tuttavia, a volte l'assenza di accordi scritti risulta pericolosa, specie nei casi in cui si supponeva un rapporto di amicizia che poi finisce per nel rivelarsi non più tale, al primo dissapere.

Qui di seguito trovi tre diversi contratti.

Il primo (servizio di cerimonia – forma in linguaggio corrente) è quello forse preferibile: una scrittura privata completa di tutto, ma che evita il più possibile le formule in linguaggio troppo burocratico.

Il secondo (servizio di cerimonia – lettera amichevole con effetto di accordo fra le parti), in forma eccezionalmente semplificata, al punto da non sembrare – volutamente – nemmeno un contratto. Anche se, in realtà, sono riassunti gli aspetti più importanti dell'accordo, la forma è brevissima e di una semplicità tale da non destare sospetti.

Il terzo (contratto completo concordato con associazioni utenti) è molto formale, molto dettagliato e soprattutto – essendo preventivamente concordato con alcune Associazioni di utenti (Unione Consumatori in testa) – rappresenta una tutela equidistante, e cioè che tiene conto in pari misura anche di diritti e delle esigenze del cliente.

> servizio di cerimonia – forma in linguaggio corrente

1) Gli sposi Nome e Cognome della sposa e Nome e Cognome dello sposo celebreranno le loro nozze il giorno __/__/____ alle ore __ presso _____.

Per avere una documentazione fotografica creativa e interpretativa della cerimonia e della festa, commissionano quindi con questa lettera al sig. _____, - autore fotografo – di realizzare per loro un servizio fotografico interpretativo, affidandosi alla sua capacità creativa e compositiva, che hanno già avuto modo di constatare nei suoi lavori precedenti, e che hanno apprezzato.

Il servizio fotografico dovrà avere queste caratteristiche (numero foto – dimensione foto – tipo montaggio – indicazioni speciali – tipo album - descrizione servizio)

Si concorda fin d'ora che la trasferta del fotografo sarà fino alla chiesa/comune e in seguito fino a _____, e che l'orario impegnato per le riprese andrà dalle ore __ alle ore __. Si concorda inoltre che il fotografo e il suo assistente (prenderanno / non prenderanno) parte al ricevimento / pranzo anche in veste di commensali.

Se venisse richiesta una trasferta più lunga non pattuita, si concorda un extra di 1

euro al chilometro, o di 50 euro all'ora se le riprese dovessero andare oltre le ore ____ (in ogni caso, non oltre le ore ____).

2) Per la realizzazione del servizio così come descritto si concorda un prezzo finale, tutto compreso, di _____ euro.

Se dovesse essere chiesto un maggior numero di stampe rispetto a quelle pattuite in questo accordo, queste saranno pagate _____ euro ciascuna, per il formato ____ e ____ euro per il formato ____ (oppure, secondo listino allegato e firmato per conoscenza).

Per l'eventuale cambio del tipo di album prescelto, verrà conteggiata la differenza come da listino.

3) Per legge, i negativi e/o gli originali di altra natura sono di proprietà del fotografo autore delle riprese, che li conserva presso lo studio. Il fotografo si impegna a custodirli con la massima cura, nel pieno rispetto delle norme sulla privacy, e ad eseguire le eventuali richieste di ristampe ai normali prezzi di listino (vedi listino allegato).

Se gli sposi desiderassero acquistare i negativi od i files ad alta risoluzione, potranno farlo semplicemente richiedendolo, al prezzo complessivo di _____ euro.

4) Il pagamento del compenso complessivo viene suddiviso in tre momenti:

a) Euro..... pari al...% dell'importo complessivo, al momento della firma di questo accordo. Questo importo viene versato come caparra confirmatoria.

c) Euro..... pari al...% dell'importo complessivo, al giorno della esecuzione delle riprese, a titolo di anticipo spese.

c) L'importo restante di Euro a saldo della prestazione, alla consegna del lavoro ultimato.

5) Gli sposi si impegnano a ritirare il lavoro finito, alle condizioni appena riassunte, entro il giorno _____.

6) Gli sposi acconsentono a che le immagini particolarmente significative e piacevoli, che ritraggano loro e la loro cerimonia, possano essere esposte al pubblico, ad esempio mediante affissione in vetrina, partecipazione a concorsi, ed ogni altro modo lecito. Dal canto suo, il fotografo si impegna a non permettere che le immagini siano usate in modo che possa arrecare danno all'immagine degli sposi.

7) Gli sposi possono cambiare idea e cancellare questo accordo entro i dieci giorni lavorativi successivi a quello della firma del contratto. In questo caso, l'importo della caparra sarà restituito interamente.

Se la disdetta avvenisse dall'undicesimo giorno, la rinuncia sarà regolamentata così:

a) se mancano 180 giorni di calendario o più alla data del matrimonio, il fotografo tratterrà solo metà dell'importo della caparra.

b) se mancano da 120 a 179 giorni di calendario alla data del matrimonio, il fotografo tratterrà l'intera caparra.

c) se mancano da 119 a 30 giorni di calendario al matrimonio, il fotografo avrà diritto ad un importo complessivo pari alla metà di quanto pattuito come compenso.

d) se alla cerimonia mancano meno di 30 giorni di calendario, è dovuta una quota pari all'80% del prezzo complessivo pattuito.

8) I dati degli sposi, nel rispetto il D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196, verranno trattati al solo scopo dell'adempimento del contratto intercorrente fra noi e voi; il responsabile del trattamento dei dati è (nome del titolare), recapito (indirizzo dell'attività) a cui i committenti potranno rivolgersi per qualsiasi richiesta concernente i propri dati. I contraenti autorizzano - per la sola esecuzione del servizio descritto in questo contratto - il trattamento dei loro dati personali, come reperibili e desumibili dalla preparazione, esecuzione e conservazione delle immagini che comporranno il servizio.

Eventuali altri accordi particolari:

Firme degli sposi e del fotografo

Si ripetono le firme a significare di aver ben letto e compreso i punti importanti di questo accordo, e in specifico i punti 1) (tipo di commessa), 2) (prezzo), 3) (originali), 5) (ritiro dell'album e saldo), 6) (assenso alla esposizione in pubblico).

Firme degli sposi e del fotografo, ripetute

> servizio di cerimonia –

lettera amichevole con effetto di accordo fra le parti

(nota importante: questo testo è redatto volutamente in maniera da NON SEMBRARE un contratto, ma una semplice lettera di promemoria reciproco. A tutti gli effetti, se firmata dagli sposi e dallo studio fotografico, è un accordo fra le parti e vale come contratto. Se si desidera qualcosa di più formale, utilizzare gli altri moduli proposti.

Per il servizio di matrimonio di Nome di lei – Nome di lui

Il giorno __/__/__ si celebrerà il matrimonio di _____, e il fotografo _____ realizzerà le riprese fotografiche come fotografo ufficiale.

Siamo d'accordo per un servizio fotografico come descritto sul retro di questa lettera. Il servizio verrà consegnato entro entro ____ giorni dalla data della cerimonia, e con pagamento del totale di ____ euro con queste scadenze: ____ euro adesso, come caparra; ____ euro alla consegna.

Le foto particolarmente valide potranno essere usate dal fotografo come esempio del proprio lavoro, esponendole in vetrina, pubblicandole sul suo sito personale, utilizzandole in fiere di settore, eccetera.

I negativi e/o i files originali della ripresa vengono conservati dallo studio fotografico. Se gli sposi li vorranno ritirare per l'acquisto, li pagheranno un forfait di ____ euro.

I numeri di telefono dove reperire gli sposi sono:

Prima del matrimonio: _____

Dopo il matrimonio: _____

Nella giornata della cerimonia e per urgenze, gli sposi o dei loro parenti stretti sono reperibili al numero portatile: _____

Il telefono dello studio fotografico è': _____ Nella giornata delle riprese e per urgenze, il fotografo è reperibile al numero portatile: _____

I dati degli sposi, nel rispetto della legge sulla Privacy, verranno usati solamente per la realizzazione dei lavori per cui ci stiamo accordando; il responsabile del trattamento dei dati è (nome del titolare), che trovata all'indirizzo riportato qui di seguito, a cui gli sposi potranno rivolgersi per qualsiasi richiesta concernente i loro dati.

Firma di sposi e fotografo:

> contratto completo concordato con associazioni utenti

(nota importante: questo accordo rappresenta la stesura in forma completa dell'accordo concordato con alcune Associazioni dei consumatori, per incontrare e mediare le esigenze degli utenti con quelli del fotografo.

Questa forma di contratto è particolarmente dettagliata, e prevede la casistica completa. Ovviamente, rappresentando una mediazione fra le esigenze del fotografo e quello del cliente, prevede delle concessioni al cliente stesso, ed è quindi uno strumento per proteggere entrambe le parti; desiderando ridurre le concessioni fatte agli sposi, è possibile utilizzare altre bozze.

Se si desiderasse un contratto in forma più discorsiva, si può optare per la versione che segue (forma in linguaggio corrente)

1) Con la presente il sottoscritto committente

conferisce allo studio fotografico.....

il compito di realizzare un servizio di cerimonia (o di ritratto):

() fotografico () filmico (eventualmente cancellare la voce che non interessasse)

Il servizio sarà di natura:

a) interpretativa - creativa (immagine interpretativa - artistica, lasciando libertà

interpretativa allo studio fotografico)

b) documentativa - descrittiva (semplice immagine documentativa - richiedendo allo studio fotografico di descrivere correttamente e efficacemente la cerimonia, senza intervento interpretativo)

(eventualmente cancellare la voce che non interessasse - mantenendo entrambe le voci si intende indicare che il servizio sarà composto di una porzione di immagini interpretative, ed una porzione di immagini semplicemente descrittive)

La natura del servizio viene dettagliatamente indicata nell'appendice riportata in allegato od al piede di tale accordo, e che ne costituisce parte integrante.

2) Il costo complessivo si intende pattuito in euro..... comprensivo di IVA; tale prezzo si intende comprensivo di ogni onere, e cioè della prestazione professionale per la realizzazione delle riprese, e di tutte le spese relative alla produzione ed alla consegna del servizio come concordato e descritto in allegato. Eventuali spese di trasferta al di fuori del Comune della sede dello studio fotografico verranno conteggiate a parte, in ragione di euro.... al chilometro. L'eventuale cessione totale dei negativi o dei files in alta risoluzione non è compresa, ed è regolata dai punti 3), 3 bis) e 9).

3) I negativi e gli originali prodotti in occasione di servizi di ritratto del committente si intendono lasciati in disponibilità all'autore (studio fotografico), che si impegna a custodirli con diligenza, a non cederli o renderli disponibili a terzi, a non diffondere immagini di ritratto di cui non sia stata espressamente concessa autorizzazione alla pubblicazione come da punto 6, ad eseguire le ristampe richieste ai normali propri prezzi di listino (come da listino allegato), a renderli disponibili al committente per un eventuale riscatto definitivo, come descritto dal presente accordo.

3 bis) Laddove il cliente committente lo richieda, è possibile concordare fin d'ora, con firma del fotografo e del cliente nell'apposito spazio allegato, che i negativi e gli originali del servizio vengano ceduti al cliente committente, a fronte del prezzo corrispettivo aggiuntivo di euro _____ compresa Iva, da sommarsi all'importo indicato al punto 2). In questo caso, i negativi ed originali saranno posti a disposizione del cliente contestualmente alla consegna del lavoro ultimato, ed in ogni caso solo a fronte della completa liquidazione dell'intero importo complessivo pattuito per il servizio. Il cliente può esercitare un diritto di acquisto degli originali anche in un periodo successivo alla consegna del servizio, come descritto al punto 9).

Resta comunque facoltà del fotografo utilizzare una selezione degli scatti eseguiti per propria promozione personale (cioè per book promozionale e presentazioni simili), fatta comunque salva la necessità di autorizzazione esplicita per la pubblicazione delle immagini di ritratto, come indicato dal punto 6) di questo accordo.

4) Il prezzo complessivo concordato viene liquidato come segue:

a) Euro..... pari al 10% dell'importo complessivo, all'atto della firma della presente commissione, a titolo di caparra confirmatoria, di cui viene emessa regolare ricevuta bollata.

b) Euro..... pari al 10 % dell'importo complessivo, all'atto della esecuzione delle riprese, a titolo di acconto, di cui viene emessa regolare fattura o scontrino fiscale descrittivo.

c) L'importo restante, pari ad euro....., a saldo della prestazione, alla consegna del lavoro ultimato, per il quale viene emessa regolare fattura o scontrino fiscale descrittivo.

Le eventuali ristampe - nel caso il committente non desideri riscattare gli originali come indicato al punto 3 bis - verranno effettuate al prezzo di listino allegato (con eventuale adeguamento Istat) (nota: lo studio fotografico deve allegare un listino dei prezzi di ristampa, firmandolo per validazione)

5) La consegna del lavoro avverrà entro e non oltre il termine di..... giorni dalla realizzazione delle riprese. Contestualmente al ritiro, verrà effettuato il pagamento a saldo del prezzo pattuito. Tale termine viene ritenuto essenziale da ambo le parti.

6) La pubblicazione di una o più immagini tratte dal servizio è subordinata all'approvazione per la pubblicazione del soggetto ritratto, concessione che si intenderà rilasciata mediante apposizione, sul retro della stampa da esporre o di una sua riproduzione su altro supporto, di una firma autografa del soggetto ritratto.

7) Il cliente può recedere dall'accordo entro quattordici giorni dalla giornata odierna senza che nulla sia dovuto al fotografo, e con restituzione integrale della caparra e dell'acconto versati.

Le successive disdette saranno così regolate:

a) Entro i 180 giorni antecedenti la data della cerimonia, a fronte del trattenimento da parte del fotografo solamente di un importo ridotto alla metà della caparra versata (cioè 5% dell'importo totale pattuito).

b) Fra i 179 ed i 60 giorni antecedenti la data del servizio il fotografo eserciterà il diritto di trattenere la caparra versata, ai sensi dell'articolo 1385 C.C, senz'altra pretesa.

c) Oltre il termine di 60 giorni antecedenti la data fissata per il servizio, il committente è comunque tenuto alla corresponsione di un importo totale pari al 40% della cifra totale pattuita, a copertura del mancato guadagno (art. 2227 C.C.).

8) Nel caso in cui sia il fotografo a rinunciare all'esecuzione del servizio, si concordano le seguenti modalità di disdetta:

a) Se lo studio fotografico comunicherà la rinuncia ad eseguire il servizio dandone notizia entro i 60 giorni antecedenti la data della cerimonia, verrà restituito il doppio della caparra versata (caparra + pari importo).

b) Se la rinuncia dello studio fotografico all'esecuzione del servizio verrà comunicata in un periodo compreso fra i 59 ed i 30 giorni antecedenti la data del servizio, oltre alla restituzione del doppio della caparra come previsto dall'articolo 1385 C.C, il fotografo si impegnerà a suggerire un collega professionista che lo possa sostituire, se desiderato della coppia di sposi.

c) Oltre il trentesimo giorno antecedente la data della cerimonia, lo studio fotografico non potrà più rinunciare all'esecuzione del servizio concordato.

d) Se l'esecuzione del servizio divenisse impossibile non per rinuncia da parte del fotografo, ma per oggettive cause di forza maggiore non imputabili al fotografo stesso (come ad esempio, incidente, malattia, od altra motivazione documentabile e grave), il fotografo si adopererà per quanto in suo potere per il reperimento di un collega sostituto, mantenendo ferma la restituzione del doppio della caparra come previsto dall'articolo 1385 C.C.

Per l'attuazione dei punti 7 o 8 si prevede la reciprocità.

9) Se non è stata esercitata la facoltà di riscatto totale degli originali come descritto al punto 3-bis del presente accordo, trascorsi 24 mesi ed entro 120 mesi dalla realizzazione delle riprese, il committente potrà comunque esercitare la facoltà di acquisto degli originali delle fotografie, anche pur non avendoli richiesti alla firma del presente accordo, come indicato al punto 3). In questo caso (richiesta a posteriori di cessione degli originali o files ad alta risoluzione), il prezzo concordato per la cessione dei negativi o dei files sarà di euro compresa Iva.

Trascorsi più di 10 anni dalla data della cerimonia, senza che sia stata fatta richiesta degli originali, il fotografo non sarà più tenuto alla consegna dei negativi o dei files ad alta risoluzione. Potrà tuttavia proporli per l'acquisto al cliente a prezzi che potranno essere nuovamente concordati fra le parti.

10) Nel caso di difficoltà nell'interpretazione e nell'esecuzione di questo contratto, o

di oggettive contestazioni sulla realizzazione del servizio, o nel caso di danneggiamenti a cose o persone, i committenti e lo studio fotografico si impegnano fin d'ora ad adoperarsi con la massima disponibilità possibile alla ricerca di una soluzione amichevole.

In assenza di immediato accordo interpersonale, verranno interpellate per un parere le Associazioni dei consumatori e le Associazioni professionali di fotografi.

Non raggiungendo anche in tal modo un'intesa, si potrà ricorrere alla funzione arbitrale dei servizi di Conciliazione della Camera di Commercio, laddove disponibile e limitatamente a quei casi che siano compatibili con tale intervento conciliativo.

Se la controversia non fosse componibile stragiudizialmente o avesse sostanziale rilevanza, saranno adite le vie legali del caso. Questo punto dell'accordo non rappresenta quindi limitazione del Foro Competente, ma semplice dichiarazione di intenti delle parti a dirimere le eventuali divergenze nella formula e con la procedura più diretta ed amichevole.

11) I dati degli sposi, nel rispetto il D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196, verranno trattati al solo scopo dell'adempimento del contratto intercorrente fra noi e voi; il responsabile del trattamento dei dati è (nome del titolare), recapito (indirizzo dell'attività) a cui i committenti potranno rivolgersi per qualsiasi richiesta concernente i propri dati. I contraenti autorizzano -per la sola esecuzione del servizio descritto in questo contratto - il trattamento dei loro dati personali, come reperibili e desumibili dalla preparazione, esecuzione e conservazione delle immagini che comporranno il servizio.

12) Per quanto non esplicitamente previsto da questo accordo, valgono le norme del Codice Civile in generale e, segnatamente, agli articoli dal 2222 al 2238.

ALLEGATO e firmato dalle parti: Descrizione del servizio, per quantità e qualità di stampe fotografiche, loro dimensioni, interventi grafici, ritocchi, elaborazioni, durata del servizio, eventuali trasferte, riprese a casa della sposa e/o sposo, al ricevimento e/o pranzo, del tipo di album ed altri aspetti accessori:.....

Traccia - non vincolante proposta - per la descrizione del servizio:

La data della cerimonia oggetto del servizio è ___/___/___ , ore _____ presso _____.

Riprese a casa della sposa / sposo: luogo / orario / quantità

Durata prevista della cerimonia:

Disponibilità del fotografo durante il rinfresco o festeggiamenti:

Numero orientativo immagini finali:

Tipo e dimensioni stampe:

Tipo e descrizione album (indicazione di eventuali costi aggiuntivi):

Tipo interventi grafici ed elaborazioni:

Facoltà del fotografo di avvalersi di collaboratori del cui operato sia comunque integralmente responsabile: Si - No.

(Firme dei contraenti)

Per esplicita conoscenza ed accettazione dei punti di cui ai numeri 2)(prezzo), 6)(esposizione al pubblico), 7)(recesso).

(Firme dei contraenti)

Eventuale accordo aggiuntivo per cessione dei negativi o dei files ad alta risoluzione: Come previsto dal punto 3 bis della presente scrittura, le parti si accordano per il riscatto totale dei negativi originali del servizio a servizio ultimato, a fronte di uno specifico corrispettivo aggiuntivo di euro....

(Firme dei contraenti)

Il presente accordo tiene conto delle modifiche apportate dalla legge n. 52 del 6 febbraio 1996 all'articolo 1469 bis del Codice civile in difesa del consumatore privato.

> **il buono di consegna dell'album**

La situazione ideale e' quella in cui si ha modo di avere firmata una bozza di commissione simile a quella sopra riportata.

In aggiunta a questa, o soprattutto quando MANCHI la copia commissione firmata, e' MOLTO utile far firmare un "buono di consegna" come questo che segue, o per lo meno che ne riporti gli elementi principali. Questo per evitare "ripensamenti" degli sposi che - inizialmente soddisfatti del lavoro - vengano mal consigliati da parenti ed amici, che insinuino l'idea che una contestazione generica possa essere utile a far ribassare il prezzo.

> **consegna album di servizio fotografico**

Con la presente i sottoscritti (Nome e Cognome degli sposi o altri committenti) dichiarano di aver preso visione del servizio fotografico delle loro nozze commissionato come servizio interpretativo al fotografo (Nome del Fotografo), e di averlo ritirato avendolo trovato di loro gradimento.

In particolare, dichiarano di averlo visionato nella sua interezza, e di aver preso atto della sua completezza e della sua correttezza, e di averlo apprezzato nel suo insieme, ritenendo che descriva correttamente la cerimonia, i personaggi e le sensazioni evocate.

Per questo motivo, dichiarano di non aver null'altro a pretendere dallo studio fotografico (Nome dello Studio). Di comune accordo, concordano che:

a1) I negativi e gli altri originali siano conservati presso lo Studio (nome dello studio) che si impegna a custodirli con la massima cura, nel pieno rispetto delle norme sulla privacy, e ad eseguire le eventuali richieste di ristampe ai normali prezzi di listino (vedi listino allegato).

<oppure>

a2) Di aver desiderio di riscattare la piena proprieta' di tali negativi o dei files ad alta risoluzione, per legge appartenente all'autore, e conseguentemente di ritirarli contestualmente dietro pagamento della cifra forfattaria di euro _____, come pattuito con lo studio fotografico.

b1) Di acconsentire a che lo Studio Fotografico utilizzi una parte delle immagini realizzate durante la loro cerimonia e che li ritraggono come esempio della produzione fotografica dello studio, e che quindi tali immagini possano essere esposte nello studio stesso, o in campionari della produzione fotografica, o con altri veicoli esclusivamente autopromozionali.

<oppure>

b2) Di desiderare che le immagini della loro cerimonia ed in genere le immagini che li ritraggono non vengano pubblicate nemmeno per motivi antologici od autopromozionali dello studio.

Con il ritiro del servizio, con l'accettazione dello stesso, con l'accordo sugli aspetti accessori qui riassunti e con il pagamento a saldo dell'importo pattuito, si intende correttamente adempiuto l'accordo fra le parti (Sposi e Studio Fotografico), che dichiarano di non aver piu' nulla a pretendere reciprocamente.

Firme per assenso ed accettazione degli sposi

e firma per presa d'atto del fotografo

> **accordo multiplo per fotografia di minori in occasione di**

62

cerimonia / saggio

(fotografia di comunioni, cresime, battesimi, saggi, spettacoli – testo in versione estesa)

Con la presente, i genitori – o loro facenti funzioni – dei minori sotto elencati prendono atto che, durante la cerimonia / saggio / spettacolo / manifestazione di _____ che si svolgerà il giorno _____ lo studio fotografico _____ realizzerà immagini documentative e/o interpretative dell'avvenimento, che potranno ritrarre anche il/i proprio/i figlio/i.

Con questa presa d'atto della realizzazione delle riprese i genitori non contraggono alcun impegno con lo studio fotografico, che semplicemente sottoporra' loro le immagini realizzate; solo se lo desidereranno, i genitori potranno chiedere, dopo averle visionate, stampe delle immagini desiderate, ai prezzi unitari indicati dall'accluso listino.

(eventuale e facoltativo: sarà possibile acquistare i files in alta risoluzione delle immagini desiderate, al prezzo pattuito di euro _____ ciascuno).

Nel rispetto il D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196, le immagini ed i dati relativi verranno trattati al solo scopo dell'adempimento del lavoro qui descritto; il responsabile del trattamento dei dati è (nome del titolare), recapito (indirizzo dell'attività) a cui i genitori o facenti funzioni, anche non firmatari, potranno rivolgersi per qualsiasi richiesta concernente i propri dati. Lo Studio Fotografico si impegna alla conservazione delle immagini nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di privacy.

I genitori autorizzano - per la sola esecuzione del servizio descritto in questo contratto - il trattamento delle immagini in questione, e l'esposizione in bacheche, album o appositi spazi fisici o virtuali, unicamente con la finalità di visione e scelta da parte dei genitori.

Elenco dei genitori che prendono atto della realizzazione delle immagini dei minori, senza alcun impegno all'acquisto (apponendo la propria firma si prende atto della semplice realizzazione delle immagini, senza alcun impegno all'acquisto).

nome e cognome minore / nome e cognome adulto / grado parentela / telefono per contatto / firma

> accordo multiplo per fotografia di minori in occasione di cerimonia / saggio

(fotografia di comunioni, cresime, battesimi, saggi, spettacoli – **testo in linguaggio corrente e versione ridotta** - Questa versione del testo, pur se meno dettagliata della precedente "versione estesa", può essere utilizzata nei casi in cui sia preferibile ricorrere ad un testo che sia più immediatamente comprensibile da tutti.)

Elenco dei genitori o tutori che prendono atto della realizzazione delle immagini fotografiche durante la cerimonia /saggio _____ che si terrà il _____ presso.

Nota bene: questo elenco non rappresenta alcuna forma di impegno all'acquisto delle immagini; ognuno sarà libero di visionare le immagini realizzate e, solo se lo desidera, potrà acquistare delle copie delle immagini ai prezzi indicati nel tariffario accluso.

Tutti i genitori, nel pieno rispetto della vigente normativa sulla Privacy, potranno in seguito rivolgersi allo studio _____ per qualsiasi informazione o variazione dei propri dati o delle immagini in questione. Dal canto suo, lo Studio Fotografico si impegna a conservare con diligenza le immagini, al solo fine di proporle ai genitori per eventuale acquisto.

(eventuale e facoltativo: sarà possibile acquistare i files in alta risoluzione delle immagini desiderate, al prezzo pattuito di euro _____ ciascuno).

Le fotografie saranno visionabili a mezzo (bacheca / consultazione presso negozio / provinatura presso ____ / pagine riservate del sito ____) per la scelta e l'eventuale acquisto.

Elenco dei genitori che prendono atto della realizzazione delle immagini dei minori e della possibilità e modalità di consultazione, senza alcun impegno all'acquisto:

nome e cognome adulto che firma / grado parentela col bimbo / eventuale telefono per contatto / firma

> **wedding Photography agreement**

1) Matter of agreement: This agreement contains the entire understanding between the Photographic Studio _____ and the Client. It supersedes all prior and simultaneous agreements between the parties. The only way to add or change this agreement is to do so in writing, signed by all the parties. If the parties want to waive one provision of this agreement, that does not mean that any other provision is also waived. The party against whom a waiver is sought to be effective must have signed a waiver in writing.

2) A signed contract and reservation fee are required to reserve the specified coverage.

3) The parties agree to a pre-event consultation two to three weeks before the event date in order to finalize the actual shooting times and locations for specific photographs.

The client will be responsible for, or have someone designated, to identify people of whom specific photographs are desired. The photographer will not be held accountable for not photographing desired people if there is no one to assist in identifying people or gathering people for photograph(s).

4) The Client agrees to set aside sufficient time before the ceremony commencement of the wedding and sufficient time afterward for photographs that cannot be obtained during the wedding. If the bride's or bride-groom's late arrival prevents sufficient from occurring the photographer shall not be held liable for failure to take desired photographs.

5) The parties agree to cheerful cooperation and communication for the best possible result within the definition of this assignment. The Photographic Studio _____ is not responsible if key individuals failure to appear or cooperate during photography sessions or for missed images due to details not revealed to Studio.

The client shall provide a meal to the photographers if coverage spans across lunch or dinner hours. The client shall ensure that a table or other surface is available for the photographers equipment.

6) The photographer is limited by the guidelines of ceremony official or reception site management. Client agrees to accept the technical results of their imposition on the photographer. Negotiation with the officials for moderation of guidelines is the Client's responsibility. The Photographic Studio _____ will offer technical recommendations only.

Photographic Studio _____ shall be the exclusive photographers retained by the Client for purpose of photographing the wedding. Family and friends of the Client shall be permitted to photograph the wedding as long as they shall not interfere with the Photographers duties.

7) The images are protected by Italian Copyright Law (all rights reserved) and may not be reproduced in any manner without Photographic Studio _____ explicitly written permission.

The Client must obtain written permission from and compensate the Studio ____ prior to the Client or its friends and relatives publishing or selling the photographs for profit.

8) Client grants Photographic Studio _____ permission to display selected images resulting from this assignment as an example of Studio's work and for entrance into

photographic competitions and release all claims to profits that may arise from use of images.

9) In the unlikely event that the photographer is injured or becomes too ill to photograph the event, Photographic Studio _____ will make every effort to secure a replacement photographer. If the situation should occur and a suitable replacement is not found, responsibility and liability is limited to the return of all payments received for the event package. Photographic Studio _____ takes the utmost care with respect to exposure, transportation, and processing the photographs. However, in the unlikely event that photographs have been lost, stolen, or destroyed for reasons within or beyond Photographic Studio _____ 's control, Studio's liability is limited to the return of all payments received for the event package. The limit of liability for a partial loss of originals shall be a prorated amount of the exposures lost based on the percentage of total number of originals.

10) In the event of cancellation, the security deposit paid is non-refundable if cancelled during the 30 day period prior to the scheduled event. It shall be liquidated damages to Photographic Studio _____ in the event of a breach of contract by Client. The Client shall also be responsible for payment to Photographic Studio _____ for any special materials charges incurred up to time of cancellation.

Wedding Date:

Wedding Couple:

Bride and Bridge-Groom's Name:

Home Street Address: _____

City: _____ State: _____ PC/Zip: _____

Day Phone: (_____) _____

Evening Phone: (_____) _____

Mobile: (_____) _____

E-Mail: _____

Church Name: _____

Church Address: _____

Party Location: _____

Bride arrives at church: Date / Time: _____

Ceremony start Time: _____

Other Parties (if occurs):

Wedding Coordinator: _____

Phone: (_____) _____

Officiant: _____

Phone: (_____) _____

Maid of Honor: _____

Best Man: _____

Other key players: _____

Location Manager: _____

Phone: (_____) _____

Special notes :

At conclusion of wedding the photographer will retain the film for processing, print and storage. At a later pre-arranged date a copy of the prints will be turned over to the client(s).The processing of the film will be completed approximately _____ weeks after event.

Album creation, scanning of photographs and any extra requests, enlargements, or other items produced under the assignment may take longer due to outside firms processing times.

Any special shipping costs will be paid for by the client.

Wedding fee is: _____

A 25% Reservation Fee is due upon receipt of contract to retain date and time of wedding. All reservations fees are fully refundable up to 30 days prior to the wedding date reserved. NO REFUNDS WILL BE GIVEN WITHIN THE 30 DAY PERIOD PRIOR TO THE RESERVED DATE.

FINAL INSTALLMENT payment of _____ is due by the date of the event as agreed in this contract. All payment for photographic services must be rendered prior to the actual event.

Special Terms:

The parties have read the entire Agreement, agree to all its terms, and acknowledge receipt of a complete copy of the Agreement signed by both parties. Each Person signing below shall be fully responsible for ensuring that full payment is made pursuant to the terms of this Agreement.

Signatures of:

Client _____

Client _____

Photographic Studio _____

associazione nazionale fotografi professionisti
tau visual
20122 milano - via manara, 7
tel 02_55187195 02_55187321
fax 02_5465563

ricerca un fotografo: www.fotografi.tv
dati sulla professione: www.fotografi.org