

# VADE MECUM

NUMERAZIONE,  
CERTIFICAZIONE E  
VALUTAZIONE DELLE OPERE  
FOTOGRAFICHE

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

associazione  
nazionale  
fotografi  
professionisti

T&U visual

## **1 NUMERAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE OPERE FOTOGRAFICHE**

### **PAGINA 4**

Cosa intendiamo per "opera artistica fotografica".

Perché la "certificazione"

Unicità ed esclusività

Certificazione dell'autore o del Gallerista.

Quanti esemplari nelle serie limitate - multipli d'arte

La prova d'autore / prova d'artista e la

prova di stampa

Il valore delle differenti posizioni nella numerazione della serie

Produzione immediata o differita degli esemplari dell'opera

Come deve essere preparata la certificazione

Certificazione e tracciabilità con sistema 4g

Codice deontologico TAU visual per la fotografia d'arte

## **2 BOZZA DI DOCUMENTO DI CERTIFICAZIONE (COA)**

### **PAGINA 13**

Documento di Certificazione Opere Multipli d'arte in serie limitata

## **3 LA DETERMINAZIONE DEL COMPENSO DELL'OPERATO DELL'ARTISTA**

### **PAGINA 16**

Giornate lavorate e giornate compensate

Il livello professionale dell'artista.

La complessità di realizzazione dell'immagine.

L'apporto creativo richiesto all'autore.

La destinazione d'uso dell'immagine.

L'entità della commessa di lavoro.

La predisposizione dell'artista all'elasticità tariffaria.

L'entità degli investimenti e della struttura dello studio.

Gli anni di esperienza dell'autore.

Le spese legate alla dislocazione geografica dell'attività.

## **4 REGIMI FISCALI PARTICOLARI**

### **PAGINA 23**

Il normale regime fiscale delle opere fotografiche

La riproduzione della Fotografia come cessione

diritto d'autore

Quando è ipotizzabile fiscalmente la cessione del

diritto d'autore

La risoluzione ministeriale 94/e del 30 aprile 1997

Il regime iva per le opere fotografiche a tiratura

limitata - regime del margine

## **5 LA VALUTAZIONE ECONOMICA DI BASE DEL VALORE DI UN'OPERA FOTOGRAFICA**

### **PAGINA 30**

Il valore economico dell'opera non è intrinseco

L'"hardware" dell'opera

Il contenuto concettuale ed estetico dell'opera

Il ruolo del fenomeno speculativo

Il ruolo delle conferme esterne

Gli apprezzamenti espressi da critici e esperti

I premi

Le esposizioni

La Galleria

Le vendite già effettuate

Gli elementi oggettivi delle serie.

La finitura ed il montaggio

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

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

**COME CHIEDERE L'AMMISSIONE COME SOCIO  
AD ASSOCIAZIONE NAZIONALE FOTOGRAFI PROFESSIONISTI TAU VISUAL**

**PUOI CHIEDERE CHE VENGA VALUTATA LA TUA AMMISSIONE COME SOCIO A TUTTI GLI EFFETTI SE SEI UN ARTISTA, AUTORE, FOTOGRAFO CHE ESERCITA PROFESSIONALMENTE L'ATTIVITÀ FOTOGRAFICA E/O DI PRODUZIONE IMMAGINI, CON UNA TUA DEFINITA E CORRETTA CONFIGURAZIONE FISCALE IN QUANTO ARTISTA - AUTORE O FOTOGRAFO.**

**LA RICHIESTA DI AMMISSIONE PUÒ ESSERE SOTTOPOSTA DA:  
[WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE](http://WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE)**

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

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

© Copyright: Roberto Tomesani  
per Associazione Nazionale Fotografi Professionisti  
TAU Visual - 2014

# 1

## NUMERAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE OPERE FOTOGRAFICHE

Queste brevi note mirano a riassumere come procedere per certificare in modo efficace ed affidabile le opere artistiche per le quali sia stata utilizzata la fotografia.

**ATTENZIONE:** tutto il contenuto di questo vademecum è volutamente ed espressamente redatto ipotizzando come destinatario ed interlocutore l'Autore / Artista fotografico; la documentazione destinata alle Gallerie, broker e mercanti d'arte è disponibile separatamente.

### **Cosa intendiamo per “opera artistica fotografica”.**

Premesso che il vastissimo discorso epistemologico sul concetto di “arte” nel suo insieme esula dall'intento di queste brevi note (viene affrontato in altra documentazione), definiamo ora - per sola comodità e chiarezza espositiva - cosa convenzionalmente intendiamo in questa sede per “**opera artistica fotografica**”, e cioè: in questo vademecum, ci riferiamo ad una **riproduzione effettuata su supporto fisico, esistente:**

**a) in un unico esemplare (opera unica, o monotipo) oppure:**

**b) in una serie definita, numerata e firmata dall'autore (edizione limitata), fino a 30 esemplari; oppure:**

**c) in una serie o più serie definite, numerate e firmate, ma in un numero totale più elevato di 30 esemplari (multiplo d'arte).**

**NON consideriamo**, in queste note dedicate alla numerazione, il caso dell'immagine artistica non destinata ad essere tramutata in un oggetto materiale, come le immagini nella loro forma digitale o comunque **destinate ad essere pubblicate o diffuse in numero indefinito di esemplari**. La diffusione di un'immagine in qualità di “non oggetto fisico” coincide con la concessione dei “diritti di utilizzo” della foto, che rappresentano un aspetto completamente differente da quello che stiamo analizzando qui: la certificazione e documentazione di “oggetti” d'arte ottenuti mediante (anche) la fotografia. Per quanto attiene gli aspetti legati al calcolo dei diritti di utilizzo in questa seconda accezione, si fa rimando alla documentazione ed alle funzionalità reperibili al sito [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org)

## **Perché la “certificazione”**

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

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

## **Unicità ed esclusività**

Il fatto che l’opera sia unica al mondo o, comunque, disponibile in un numero limitato di esemplari aggiunge di per se stesso valore, sia concettuale che economico. Quanto minore è la disponibilità di un bene desiderabile, tanto maggiore è il valore che acquista.

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

Benché sia possibilissimo produrre “opere uniche” anche in fotografia, il concetto di assoluta unicità è più vicino ad altre arti (pittura e scultura) che non alla fotografia, nata proprio con la missione di produrre molteplici esemplari. In ogni caso, per procedere alla certificazione dell’opera occorre decidere a priori - ed in maniera definita - che disponibilità vorremo darne, perché è scorretto, ingannevole e disastrosamente deleterio non rispettare la “promessa” data inizialmente in relazione al numero di copie disponibili.

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

## **Certificazione dell’Autore o del Gallerista.**

La certificazione è un semplice attestato in originale che accompagna l’opera, descrivendola, e che riporta alcuni elementi essenziali (vedi più avanti), la numerazione dell’esemplare, il numero di copie esistenti e che costituiscono la serie limitata, e la firma autografa dell’Autore. Ovviamente, anche la copia dell’opera stessa deve essere - sul retro - numerata e firmata.

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

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

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

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

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

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

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

Il vero motivo di esistere della certificazione del Gallerista non è tanto quella di aggiungere credibilità alla dichiarazione dell'Artista (che - ovviamente - ha pieno titolo per certificare le sue opere), quanto quella di contribuire alla documentazione e storicizzazione dei passaggi di proprietà. Inoltre, la certificazione della Galleria diviene ovviamente basilare col passare degli anni. Le opere degli Artisti sopravvivono agli artisti stessi e, quando l'autore muore, le certificazioni delle Gallerie non solo provvedono ad attestare l'autenticità, ma anche a generare documentazione sui passaggi di proprietà.

### **Quanti esemplari nelle serie limitate - multipli d'arte**

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

Non esistono delle vere regole assolute cogenti.

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

della lettera a) indica, come “oggetti d’arte”:

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

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

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

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

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

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

### **La prova d’autore / prova d’artista e la prova di stampa**

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

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

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

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

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

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

### **Il valore delle differenti posizioni nella numerazione della serie**

Un’altra consuetudine non assoluta (cioè, che non si verifica come regola standard) ma abbastanza ricorrente da essere rilevata, è quella della variazione di

valore al mutare della posizione nella serie. Per capirci, all'interno di una serie limitata di 5 esemplari, il valore della copia 1 di 5 è - o può essere - diverso da quello della copia 5 di 5.

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

Il meccanismo di mercato è abbastanza comprensibile, e si basa sul consueto effetto che connota la nostre psiche: ad esempio, quando si scopre che l'acqua sta finendo, la sete che prima non si sentiva diventa prepotente.

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

### **Produzione immediata o differita degli esemplari dell'opera**

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

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

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

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

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

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

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

Con finalità sostanzialmente decorative o di rassicurazione psicologica, si possono utilizzare elementi certificanti aggiuntivi alla firma.

Ad esempio:

a) timbro (attenzione a non apporlo direttamente al retro delle stampe, gli inchiostri posso dimostrarsi deleteri se penetrano il supporto)



b) sigillo, eventualmente in ceralacca.

c) ologramma, ad esempio (e non è l'unico) come il sistema ideato da Hahnemühle: vengono realizzate coppie di ologrammi numerati, immutabili e non asportabili. I due ologrammi in coppia (stessa numerazione) vengono apposti uno sull'opera, uno sul certificato, con questo ottenendo un abbinamento attendibile. Le stampe certificate con il sistema degli ologrammi Hahnemühle sono tracciabili mediante un apposito sito: [www.myartregistry.com](http://www.myartregistry.com)

A breve anche TAU Visual disporrà di un autonomo sistema simile.

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

e) Ologramma certificante con riferimento dati opera su database on-line (vedi paragrafo seguente, Sistema "4G")

## **CERTIFICAZIONE E TRACCIABILITA' CON SISTEMA 4G**

A favore dei fotografi professionisti Soci che si occupano attivamente e documentatamente d'arte, e che utilizzano la fotografia come mezzo espressivo, TAU Visual ha raggiunto un importante accordo con Artnetworth - [www.artnetworth.com](http://www.artnetworth.com) - una struttura significativamente impegnata su più piani legati all'Arte: certificazione e tracciabilità digitale delle opere, expertising, curatela, interfaccia fra artisti e potenziali utenti.

In particolare, abbiamo ottenuto, a favore dei Soci oggettivamente e documentatamente attivi in ambito artistico, la usufruibilità (gratuita per il Socio) di alcuni marker "4G" (**un sistema di marchiatura con ologramma e codice QR che rimanda on line ai dati di singola opera ed artista**).

Grazie alla partnership, i Soci TAU Visual attivi in ambito artistico e che effettivamente abbiano un loro mercato di opere fotografiche da collezione potranno avere - tramite l'Associazione - alcuni marker con ologramma e codice univoco che, apposto sul retro dell'opera, consente di identificarla e certificarla univocamente, ritrovando i dati dell'opera stessa nel database centralizzato, il che permette al

collezionista di controllare originalità e tiratura dell'opera.

Per avere un'indicazione del servizio, è possibile partire dall'home page [www.artnetworth.com](http://www.artnetworth.com) e consultare la voce "4G".

## **CODICE DEONTOLOGICO TAU VISUAL PER LA FOTOGRAFIA D'ARTE**

TAU Visual richiede ai Soci aderenti come artisti l'osservazione di un basilare Codice Deontologico specifico

### **Codice Deontologico**

(sezione arte fotografica di tau visual - associazione nazionale fotografi professionisti)

*punto 1 - Nelle transizioni di diritti d'autore, diritti espositivi, diritti di performance, di installazione, o trasferimento di proprietà di opere uniche, serie limitate, multipli d'arte, stampe o qualsivoglia altra transazione legata alla produzione artistica propria - o di propri rappresentati - il socio TAU Visual si impegna a informare il cliente correttamente e compiutamente, in piena trasparenza dell'entità del compenso che l'artista o l'operatore richiederà per la sua prestazione, o diritto di utilizzo, o cessione di opera, o pubblicazione o trasmissione concesso/i a fronte di tale compenso.*

*Del par suo, il socio TAU Visual collezionista, ente, galleria o comunque fruitore o gestore delle opere si impegna a rispettare i termini di pagamento pattuiti, a rispettare con scrupolo le eventuali indicazioni pattuite in relazione a modalità di conservazione, trasmissione, gestione delle opere.*

*Laddove applicabili, l'acquirente si impegna a rispettare le vigenti norme in tema di droit de suite sulle opere.*

*punto 2 - Le immagini fotografiche, grafiche, le installazioni ed i filmati - ed in genere le opere in ogni loro forma - devono essere sempre accompagnate da indicazioni sufficienti all'identificazione dell'autore ed al corretto uso, o esposizione, o fruizione, o trasmissione delle opere.*

*punto 3 - Le opere proposte dall'autore o dall'operatore socio TAU Visual devono sempre intendersi non lesive di diritti di terzi. Se creativo, autore od operatore fossero a conoscenza di restrizioni anche solo potenziali all'impiego delle opere, sono tenuti ad informarne il cliente od utilizzatore, prima o contemporaneamente alla consegna delle opere, o alla disponibilità per la fruizione delle stesse.*

*Dal canto loro, i soci TAU Visual di categoria: collezionista, ente, galleria o comunque fruitore o gestore delle opere si impegna a rispettare ogni accordo espressamente pattuito a difesa dei diritti dell'autore o di terzi.*

*punto 4 - Se indicate come opere uniche o cessioni in esclusiva, le opere di qualsiasi natura non possono essere cedute in contemporanea fruizione o proprietà a più clienti diversi.*

*punto 5 - I multipli d'arte e le opere dichiaratamente disponibili in serie numerate devono essere diligentemente numerate e certificate dall'Autore con serie univocamente definite e dichiarate nella loro completezza, comprese le copie riservate alla collezione dell'Autore stesso o a privata disponibilità. Non è ammessa l'esistenza di più serie con numerazioni ingannevolmente differenziate (a titolo esemplificativo e non esaustivo: serie con numerazione in cifre romane e differente serie con numerazione in cifre arabe); è ammissibile la dichiarazione di serie numerate "in fieri", e cioè serie di opere di cui si certifica che la produzione verrà limitata ad un determinato numero di esemplari, producendo poi tali esemplari numerati all'atto della richiesta.*

*punto 6 - I supporti e le realizzazioni di opere realizzate su commissione della clientela ed a questi non consegnati devono essere conservati con cura dall'autore delle immagini per tutta la durata del diritto concesso al cliente o, ove tale durata non sia stata pattuita, per dieci anni dalla realizzazione per le immagini fotografiche e grafiche, per tre anni per le opere videocinematografiche e per un anno per le installazioni, fatta sempre salva la possibilità di differenti accordi. Eventuali riutilizzi di opere, immagini o filmati ed i relativi compensi, se non pattuiti originariamente per iscritto, verranno concordati di volta in volta con il cliente.*

*punto 7 - Le operazioni autopromozionali dell'Autore, gallerista, operatore, devono essere corrette, in rispetto della verità e del lavoro dei colleghi.*

*punto 8 - Il rapporto con colleghi, Soci, Autori, creativi, curatori, galleristi, rappresentanti di enti, assistenti, operatori e collaboratori in genere deve essere improntato al più completo rispetto umano e professionale.*

*punto 9 - Per gli autori e gli operatori che cedano diritti, opere, prestazioni o installazioni in forma indipendente, tutte le prestazioni professionali, le cessioni di diritti d'uso o le vendite di opere, immagini o diritti*

*devono essere correttamente descritte sul piano fiscale, emettendo fattura, ricevuta o scontrino, in rispetto delle norme fiscali vigenti. I Soci che operino in posizione di dipendenti di strutture, gallerie od enti sono tenuti a non esercitare attività concorrente a quella dell'impresa datrice di lavoro, a meno di non avere stilato in tal senso un esplicito accordo scritto.*

*punto 10 - Le opere, le immagini, i filmati e le installazioni devono essere rispettose dei diritti dei singoli e degli enti; ogni Autore si impegna mantenere la sua ispirazione ad opere di terzi entro i confini leciti dell'ispirazione creativa, rifiutando il plagio e la pedissequa riesecuzione in ogni sua forma.*

## **COME CHIEDERE L'AMMISSIONE COME SOCIO AD ASSOCIAZIONE NAZIONALE FOTOGRAFI PROFESSIONISTI TAU VISUAL**

**PUOI CHIEDERE CHE VENGA VALUTATA LA TUA AMMISSIONE COME SOCIO A TUTTI GLI EFFETTI SE SEI UN ARTISTA, AUTORE, FOTOGRAFO CHE ESERCITA PROFESSIONALMENTE L'ATTIVITÀ FOTOGRAFICA E/O DI PRODUZIONE IMMAGINI, CON UNA TUA DEFINITA E CORRETTA CONFIGURAZIONE FISCALE IN QUANTO ARTISTA - AUTORE O FOTOGRAFO.**

**LA RICHIESTA DI AMMISSIONE PUÒ ESSERE SOTTOPOSTA DA:  
[WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE](http://WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE)**

## 2

# BOZZA DI DOCUMENTO DI CERTIFICAZIONE (COA)

## Documento di Certificazione Opere Multipli d'arte in serie limitata *COA - certificate of authenticity*

Il presente Certificato di Autenticità attesta e garantisce caratteristiche, numerazione, disponibilità dell'Opera oggetto della certificazione.

Autore dell'Opera:

data di nascita dell'Autore:

codice fiscale Autore:

eletto domicilio dell'autore alla data odierna:

(eventuale) Gallerista esclusivista dell'Autore:

(eventuale) recapito della Galleria esclusivista alla data odierna:

Il sottoscritto

### Nome e Cognome Autore

1) sotto la sua personale e completa responsabilità, garantisce che l'opera descritta da questo certificato, riprodotta in miniatura in calce al certificato stesso (eventuale: identificata da marca olografica numero: xxxxxxx), è l'esemplare:

### numero x di una serie di xx esemplari totali (eventuale) più n. x prove d'autore

2) Garantisce che di tale Opera non esistono e non esisteranno altre serie di diversa natura o formato (oppure, eventuale: attesta che di tale Opera esistono ed esisteranno esclusivamente queste altre serie: a) Serie in formato 99,9 x 99,9 cm, di xx esemplari più x Prove d'Artista; b) Serie di xx esemplari .... eccetera, con completa descrizione delle eventuali altre serie esistenti)

3) Certifica che la *matrice originale*, con ciò intendendo l'originale - di qualsivoglia natura tecnica - partendo dalla quale sono state ottenute le serie limitate qui descritte:

*(scegliere una delle due garanzie):*

a) È stata *(distrutta / cancellata / irreversibilmente invalidata)* alla data del xx/xx/xxxx, e non esiste dunque nessuna matrice atta alla produzione di ulteriori serie od esemplari.

b) È conservata dall'Autore in luogo sicuro, inaccessibile a terzi, e che - su personale responsabilità dell'Autore - non verrà utilizzata per alcuna produzione ulteriore di serie limitate o singole copie.

## Descrizione dell'Opera

Titolo dell'Opera:

Formato, in centimetri e millimetri:

Data di realizzazione dell'Opera:

Luogo di realizzazione dell'Opera:

Stampata su (tipo e natura supporto):

Mediante tecnica:

*(eventuale: utilizzando sistema di stampa):*

*(eventuale: utilizzando pigmenti):*

*(eventuale: sottoposta a trattamento conservativo):*

Stato di conservazione dell'esemplare:

segnî, difetti o imperfezioni esistenti:

Stato di inedito dell'opera: (l'opera è inedita / oppure / copia dell'opera è stata pubblicata sui seguenti media:

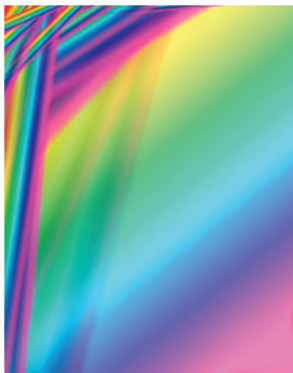
*(eventuale: Breve testo di presentazione concettuale dell'opera):*

---

---

---

riproduzione dell'opera in formato di icona (per esempio, base 7 cm)



Marie Luce

Data e Luogo di emissione del presente Certificato:

firma autografa Autore

eventuale: firma autografa Gallerista esclusivista

eventuale: apposizione di uno o più fra:

- timbro
- sigillo
- ologramma identificativo
- ologramma 4G (artnetworth)
- etichetta galleria
- timbro e firma stampatore

*Certificato versione 2.9 secondo specifiche standard  
TAU Visual - Associazione Nazionale Fotografi Professionisti -  
da citare nella certificazione*

### 3

## LA DETERMINAZIONE DEL COMPENSO DELL'OPERATO DELL'ARTISTA

**Attenzione:** questa breve sezione terza mira a evidenziare i criteri che portano alla formazione del compenso professionale di un'artista a cui venga COMMISSIONATO un lavoro interpretativo e creativo: quindi, elementi utili a determinare il compenso per l'operato dell'artista, NON per stimare il valore delle sue opere.

Alcuni concetti utili ad una collocazione del **valore delle OPERE**, invece, **vengono espresse più avanti**, alla sezione quarta di questo vademecum. Si tratta di due criteri profondamente e radicalmente distinti.

Il servizio fotografico non ha un suo valore assoluto. Sono molte le variabili che determinano il prezzo finale. Sul costo di ciascun lavoro influiscono, fra l'altro:

- 1) Il livello professionale dell'autore contattato.
- 2) La complessità di realizzazione dell'immagine, sul piano tecnico od organizzativo.
- 3) L'apporto creativo richiesto all'autore.
- 4) La destinazione d'uso della fotografia (ricordiamo che in questa sezione si parla di immagine destinata alla pubblicazione: la valutazione delle opere è descritta al quarto capitolo).
- 5) L'entità della commessa di lavoro.
- 6) La predisposizione dell'autore all'elasticità tariffaria.
- 7) L'entità degli investimenti collegati alla professione dell'autore
- 8) Gli anni di esperienza dell'autore.
- 9) Le spese legate alla dislocazione geografica dell'attività.

Se il problema delle tariffe fosse riconducibile alla sola difficoltà di realizzazione delle immagini, la valutazione del "valore" dell'immagine sarebbe semplice. Dato che, invece, occorre dare un preciso valore economico a molti elementi di difficile quantificazione, ecco comparire diversi parametri e diversi sistemi di calcolo.



## **Giornate lavorate e giornate compensate**

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

È presto detto. Fatta eccezione per coloro che - in realtà - non vivono realmente di immagine e fotografia, ma semplicemente “arrotondano”, qualsiasi vero professionista deve mantenere un’attrezzatura e soprattutto una struttura dai costi elevati. Un autore che si dedichi professionalmente alla sua attività impegna annualmente diverse decine di migliaia di euro.

I costi annui di affitto dei locali, di promozione, di ricerca, di imposte fisse, eccetera, portano i costi fissi di gestione ad oscillare fra cifre comprese fra i 20.000 ed i 40.000 euro all’anno, per le attività di piccole e medie dimensioni.

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

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

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

Quei professionisti che curano con particolare attenzione ogni fase del loro lavoro impegnano in questo modo molto più tempo, dedicato alla rifinitura del dettaglio. Curare le proprie immagini in ogni fase, dallo styling (scelta accessori, cura particolari, coerenza stilistica e disposizione del set) all’illuminazione, dalla scelta dei materiali alle variabili di postproduzione e stampa, può significare un dispendio di tempo anche di cinque o sei volte superiore a quello necessario per la realizzazione di un’immagine semplicemente “corretta”.

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

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

Parafrasando un aneddoto famoso, l'autore creativo non chiede migliaia di euro per una immagine che gli è costata un giorno di lavoro: chiede migliaia di euro per una foto che è costata un lavoro di dieci anni. E un giorno.

Vediamo prima nel dettaglio quali siano le diverse variabili, e poi come queste si applichino ai diversi settori di impiego.

Il **calcolo vero e proprio della tariffa** può essere fatto utilizzando il sistema disponibile a **www.tariffario.org**

Il sistema è liberamente utilizzabile (dopo registrazione gratuita) da parte sia dei professionisti che dei clienti.

Nel dettaglio, questi gli elementi che concorrono alla variazione dei compensi.

Con valore assolutamente didascalico ed orientativo, si indica per ciascun elemento l'impatto tariffario.

### **1) Il livello professionale dell'artista.**

Così come avviene in qualsiasi professione intellettuale, è possibile rivolgersi all'uno od all'altro professionista, (medico, avvocato, commercialista, eccetera) sapendo che l'effettiva capacità professionale e la "visibilità" sul mercato di ciascun professionista genera tariffe ben diverse fra loro. L'Associazione ha descritto, da decenni, sette diversi ipotetici livelli professionali. Vedi:

[www.fotografi.org/livello\\_professionale.htm](http://www.fotografi.org/livello_professionale.htm)

Per intenderci, la giornata di shooting di un fotografo dei primi livelli può essere compresa fra i 200 ed i 450 euro, gli autori di media collocazione fra i 450 ed i 1000 euro, gli autori più affermati, dai 1000 ai 5000 euro.

Restano "open" i cachet dei fuoriclasse.

### **2) La complessità di realizzazione dell'immagine.**

L'affermazione che una fotografia complessa sul piano tecnico (o quello organizzativo) richiede più tempo per la sua realizzazione e quindi costa di più è banale perché ovvia.

Ciò che, invece, spesso non si considera con altrettanta naturalezza è il fatto che l'incremento di qualità al di sopra dello standard base comporta aumenti dei costi di produzione non solo "proporzionali", ma "più che proporzionali". Facciamo un esempio banale, ma molto vicino al concetto valido anche in fotografia.

Comprare un paio di etti di riso e farli bollire costa pochissimo. Farsi preparare in trattoria od in mensa un piatto di riso in bianco costa ancora abbastanza poco, anche se - rispetto al costo delle materie prime - il lavoro e la "struttura" della trattoria fanno già lievitare il prezzo di una decina di volte. Se quel riso

deve diventare un risotto con la possibilità di scelta “alla carta”, il servizio sarà molto migliore, ma il fatto di dovere garantire la disponibilità di diversi condimenti rappresenterà un incremento notevole dei costi generali, e il riso costerà due o tre volte tanto, o anche più se ci si rivolgerà ad un buon ristorante. Se al risotto, già curato, si aggiungeranno condimenti di pregio (come i tartufi) il costo sarà di parecchio superiore, e cioè si eleverà in maniera più che proporzionale. Se, poi, si desidera mangiare un risotto prelibato preparato da un maestro nel suo campo, i costi di promozione, di rappresentanza e il surplus legato alla fama dello chef porteranno il costo finale ad essere anche di cento volte superiore a quello di un piatto base di riso. Siamo sempre dinanzi ad un risotto, ma ad ogni miglioramento, il perfezionare il risultato richiede sforzi e costi sempre più consistenti.

Allo stesso modo, raggiungere livelli di perfezionamento elevati su immagini fotografiche abbastanza complesse richiede un dispendio di tempo molto, molto maggiore rispetto a quanto non occorra per migliorare in modo avvertibile un'immagine semplice. Così, tanto maggiore è il livello di qualità raggiunta, tanto più costoso - per tutti, cliente e fotografo stesso - è il passaggio ad un grado superiore di perfezionamento tecnico.

Il fattore di moltiplicazione del costo in relazione alla complessità dell'immagine è elevatissimo, sostanzialmente inapplicabile come elemento di relazione (cioè, non ha molto senso paragonare il costo di un'immagine molto semplice con quello di un'immagine complessa. In questo, interviene principalmente il fattore tempo necessario alla realizzazione).

### **3) L'apporto creativo richiesto all'autore.**

Come già descritto in precedenza, la crescita della capacità creativa ed interpretativa di un autore richiede molta esperienza, oggettive capacità (rare) e applicazione.

Sapere parlare è alla portata di tutti.

Saper parlare bene è cosa che solo una parte delle persone sa fare. Saper parlare bene ed essere capaci di convincere e coinvolgere gli uditori, è un dono che hanno solo in pochi.

Tanto più elevato è il grado di coinvolgimento creativo richiesto al fotografo, tanto più tempo occorrerà (e sarà occorso negli anni precedenti) al fotografo stesso per offrire i suoi servizi a quel livello.

### **4) La destinazione d'uso dell'immagine.**

A parità di tutti gli altri fattori considerati, quanto più elevato è il numero di persone che potranno vedere l'immagine, tanto più elevato sarà il suo costo.

O, meglio, è corretto tenere conto che quanto maggiore è il budget destinato

all'uso dell'immagine, tanto più margine di investimento esisterà anche per il compenso dell'autore dell'immagine.

Per capirci: quanto costa una canzone? Ovviamente, non esiste una risposta univoca: dipende.

La registrazione di uno stesso brano musicale può costare: a) molto poco per un uso solo personale; b) qualcosa di più per essere usata come sottofondo di un filmato privato; c) una cifra ancora diversa se utilizzata come sottofondo in un documentario; d) cifre molto significative se impiegata come colonna sonora di uno spot pubblicitario... e così via.

Perché? Perché la musica, come anche la fotografia, non è un prodotto materiale che si venda a metro o a chilo, ma un bene immateriale, un'opera dell'ingegno che ha - di mercato - prezzi differenti, che mutano in base al differente uso.

Anche in fotografia (che è descritta e protetta esattamente dalla stessa legge che descrive e protegge la musica) il prezzo di un'opera da utilizzarsi pubblicamente varia col variare non solo dell'autore, ma anche e soprattutto dell'uso che ne viene fatto.

Continuiamo a percorrere il parallelo con i brani musicali, che sono diffusi nella vita quotidiana di tutti noi, e ben si prestano a spiegare il concetto di fondo.

Come ci siamo detti, non ha senso parlare del "costo" di un brano musicale. Potremmo infatti pagare il cantante o musicista per eseguire dal vivo la sua musica; in questo caso ci aspetteremo ovviamente richieste di compensi differenti a seconda dell'importanza dell'autore, e della durata della sua prestazione.

Oppure, potremmo chiedere di usare la registrazione (un file digitale) della sua canzone, ed in tal caso pagheremmo un prezzo che sarà proporzionato all'uso che intenderemo fare. Non avrebbe senso chiedere di comprare una canzone senza dare indicazione dell'uso che ne dovrà essere fatto, perché non sarebbe possibile determinarne il prezzo. Inoltre, non potremo acquistare una canzone per pochi euro dichiarando di usarla come musicchetta per la segreteria telefonica di casa, e poi pretendere di utilizzarla invece in uno spot pubblicitario.

Bene.

Succede ESATTAMENTE la stessa cosa con la fotografia. Anche la fotografia, proprio come la musica, è descritta e protetta dalla legge 633/41 e successive modifiche (legge sul Diritto d'autore), e dalla Convenzione internazionale di Berna sul Diritto d'Autore.

Anche la fotografia, esattamente come la musica, può essere fatta eseguire dal vivo (fuor di metafora, si può chiedere ad un fotografo di realizzare su commissione delle immagini), ed in questo caso il compenso sarà proporzionato all'esperienza, la bravura e la fama dell'autore.

Oppure, anche in fotografia si potrà chiedere di utilizzare un'immagine già esistente (come si utilizza una musica già esistente) pagando all'autore un compenso che sia proporzionato all'uso che viene fatto.

### **5) L'entità della commessa di lavoro.**

Come è abbastanza intuibile, il costo per la realizzazione di una o due immagini la cui produzione sia isolata da altre è maggiore rispetto a quanto si verrebbero a pagare unitariamente immagini simili, ma realizzate in un contesto di venti o trenta riprese. Questo è un meccanismo semplice da afferrare.

Occorre mezza giornata di preparativi e lavori collaterali per realizzare una singola ripresa "studiata", ma occorrerà poco tempo in più per realizzarne una dozzina, dato che tutte le fasi preliminari e quelle di contorno sono identiche. Far realizzare un servizio composto di molte immagini, di conseguenza, comporta un costo unitario per immagine anche molto differente da quello che si raggiunge per piccoli lavori.

Anche nella cessione di diritti di utilizzo di immagini già esistenti, la quantità consente di distribuire meglio i costi generali e, quindi, di applicare sconti interessanti.

### **6) La predisposizione dell'artista all'elasticità tariffaria.**

Nel condurre la trattativa, subentrano anche fattori come la disponibilità che l'autore può avere nel trovare strade di forfaitizzazione, specialmente con clienti che ragionevolmente garantiscono fatturati continuativi e consistenti nell'arco dell'anno.

### **7) L'entità degli investimenti e della struttura dello studio.**

Come già accennato, le spese vive per impiantare e gestire uno studio sono molto consistenti; proprio questa voce può quindi influire anche in modo marcato sui costi generali.

Tuttavia, uno studio ben attrezzato ha la possibilità di offrire livelli qualitativi maggiori, e miglior produttività; questo, ad esempio, può significare che un costo giornaliero più elevato si traduca in un risparmio a consuntivo, grazie alla miglior produttività raggiunta dallo studio attrezzato in maniera più idonea.

### **8) Gli anni di esperienza dell'autore.**

Anche se il binomio "esperienza = capacità" non è sempre vero, uno degli elementi che può influire sulla determinazione della tariffa è anche l'esperienza acquisita sul campo. Con buona probabilità, un autore ai primi passi si troverà ad occupare un livello professionale basilare; alla

stessa stregua, il trascorrere degli anni può offrire possibilità di evoluzione professionale notevoli

### **9) Le spese legate alla dislocazione geografica dell'attività.**

Infine, vanno valutati i fattori locali: il mantenere attiva un'attività artistico-professionale in una grande città comporta costi di gestione oggettivamente più alti, su tutto, rispetto ai costi generali da sostenersi lavorando in una zona decentrata; questo aspetto influisce sul prezzo finale, anche se in misura non tanto pronunciata quanto gli altri fattori.

## **COME CHIEDERE L'AMMISSIONE COME SOCIO AD ASSOCIAZIONE NAZIONALE FOTOGRAFI PROFESSIONISTI TAU VISUAL**

**PUOI CHIEDERE CHE VENGA VALUTATA LA TUA AMMISSIONE COME SOCIO A TUTTI GLI EFFETTI SE SEI UN ARTISTA, AUTORE, FOTOGRAFO CHE ESERCITA PROFESSIONALMENTE L'ATTIVITÀ FOTOGRAFICA E/O DI PRODUZIONE IMMAGINI, CON UNA TUA DEFINITA E CORRETTA CONFIGURAZIONE FISCALE IN QUANTO ARTISTA - AUTORE O FOTOGRAFO.**

**LA RICHIESTA DI AMMISSIONE PUÒ ESSERE SOTTOPOSTA DA:  
[WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE](http://WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE)**

## 4

# REGIMI FISCALI PARTICOLARI

## A) IL NORMALE REGIME FISCALE DELLE OPERE FOTOGRAFICHE

Prima di descrivere un paio di casi particolari, vale appena la pena di ricordare che le consuete cessioni anche di opere fotografiche (sia in forma di diritto immateriale, sia in forma di oggetto fisico) vengono attratte dal normale regime iva, e fanno parte della normale attività professionale od imprenditoriale dell'artista - fotografo.

Sono quindi normalmente contabilizzate nell'attività di impresa o professione, e sono soggette alla normale aliquota iva, ad esempio:

- 1) Le cessioni di diritti per impieghi commerciali o pubblicitari;
- 2) Le cessioni di diritti di immagini eseguite su commissione ed istruzione del cliente;
- 3) Le cessioni effettuate per tramite di agenzia stock ed archivio;
- 4) La realizzazione di stampati commerciali, promozionali, stampati editoriali sponsorizzati, manifesti, oggetti di merchandising, pubblicità eccetera.
- 5) La vendita di stampe fotografiche - anche se di pregio - ad aziende o privati, quando queste avvengano nell'ambito di una normale attività fotografica professionale

## B) LA RIPRODUZIONE DELLA FOTOGRAFIA COME CESSIONE DIRITTO D'AUTORE

Le considerazioni che seguono si adattano, fiscalmente parlando, alla cessione del diritto di riproduzione delle immagini (quindi, con destinazione editoriale), e non alla vendita di opere collezionabili.

Come tutti sappiamo, quando un'immagine viene ceduta per fini editoriali o pubblicitari (in pratica, per essere riprodotta in molti esemplari) la soluzione corretta è quella di venderne un *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 da TAU Visual all'allora Ministero delle Finanze, il Ministero stesso ha diramato una Risoluzione Ministeriale (la 94/E del 30 aprile 1997) che chiarisce 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, o alle opere fotografiche intese come oggetto collezionabile, che rientrano nel cosiddetto "regime del margine": quindi, residualmente, solo alle destinazioni editoriali.

Inoltre, è applicabile solamente da parte di liberi professionisti, artisti, 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% (60% se l'autore ha meno di 35 anni), 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, nè vendita di opere da collezione.
- 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% (60% se l'Autore ha meno di 35 anni). Cioè, su 1.000 euro di reddito, sono imponibili 750 euro (600 per i più giovani). La quota restante è detratta come deduzione forfaiitaria per le spese di produzione dell'opera. La ritenuta d'acconto è del 20% (dal 1998) sul 75%, o sul 60% per i giovani (cioè, nell'esempio, 20% di 750 euro). Attenzione, però: questa deduzione forfaiitaria 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 discutibile, 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. Quando non si cede un diritto di utilizzo, ma un'opera materiale, destinata al collezionismo (vedi la definizione al primo capitolo di questo vademecum), non si parla di cessione di diritto d'autore, e quindi l'opera è assoggettata ad IVA, anche se con un regime particolare (vedi più avanti: Il regime IVA per le opere fotografiche).

### **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".*

### **C) IL REGIME IVA PER LE OPERE FOTOGRAFICHE A TIRATURA LIMITATA - REGIME DEL MARGINE**

Per la cessione di opere collezionabili (opere uniche e tirature limitate, per serie fino ad un massimo di 30 copie, purché la stampa sia stata eseguita o supervisionata dall'autore) è possibile l'applicazione di un regime particolare:

1) L'aliquota IVA è applicata in forma ridotta (del 10%, al momento di redigere queste note).

Si tratta di una riduzione che è prevista dalla legge IVA (il DPR 633/72), nella tabella A, parte III, al numero 127 septiesdecies, a cui si specifica che l'aliquota ridotta del 10% si applica anche a:

*127-septiesdecies)*

*oggetti d'arte, di antiquariato, da collezione, importati;*

*oggetti d'arte di cui alla lettera a) della tabella allegata al decreto-legge 23 febbraio 1995, n. 41, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 marzo 1995, n. 85, **ceduti dagli autori**, dai loro eredi o legatari*

Come spesso fanno i nostri legislatori, la norma - a scatola cinese - rimanda ad un'altra norma.

Quella che viene richiamata (il decreto legge 41/1995, poi convertito in legge 85/1995), alla famosa tabella elenca gli "oggetti d'arte" che sono ammessi al "regime del margine", in questo caso forfattario.

*Decreto-legge del 23 febbraio 1995 n. 41*

*Misure urgenti per il risanamento della finanza pubblica e per l'occupazione nelle aree depresse.*

*Legge di conversione n. 85 del 22/03/1995*

*Tabella - Tabella prevista dall'art. 36, comma 1. OGGETTI D'ARTE, D'ANTIQUARIATO O DA COLLEZIONE.*

a) *“Oggetti d’arte”*: - quadri “collages” e quadretti simili (“tableautins”), pitture e disegni, eseguiti interamente a mano dall’artista, ad eccezione dei piani di architetti, di ingegneri e degli altri progetti e disegni industriali, commerciali, topografici e simili, degli oggetti manufatturati decorati a mano, delle tele dipinte per scenari di teatro, sfondi di studi d’arte o per usi simili (codice NC 9701);  
- incisioni, stampe e litografie originali, precisamente gli esemplari ottenuti in numero limitato direttamente in nero o a colori da una o più matrici interamente lavorate a mano dall’artista, qualunque sia la tecnica o la materia usata, escluso qualsiasi procedimento meccanico e fotomeccanico (codice NC 9702 00 00);  
- opere originali dell’arte statuaria o dell’arte scultoria, di qualsiasi materia, purché siano eseguite interamente dall’artista; fusioni di sculture a tiratura limitata ad otto esemplari, controllata dall’artista o dagli aventi diritto (codice NC 9703 00 00); a titolo eccezionale in casi determinati dagli Stati membri, per fusioni di sculture antecedenti il 1 gennaio 1989, è possibile superare il limite degli otto esemplari;  
- arazzi (codice NC 5805 00 00) e tappeti murali (codice NC 6304 00 00) eseguiti a mano da disegni originali forniti da artisti, a condizione che non ne esistano più di otto esemplari; - esemplari unici di ceramica, interamente eseguiti dall’artista e firmati dal medesimo; -  
smalti su rame, interamente eseguiti a mano, nei limiti di otto esemplari numerati e recanti la firma dell’artista o del suo studio, ad esclusione delle minuterie e degli oggetti di oreficeria e di gioielleria;  
**- fotografie eseguite dell’artista, tirate da lui stesso o sotto il suo controllo, firmate e numerate nei limiti di trenta esemplari, di qualsiasi formato e supporto;**

Per queste categorie (e alcune altre, legate all’antiquariato) si può applicare il regime forfittario, che prevede l’applicazione dell’iva ad una percentuale forfittaria di imponibile. Nel nostro caso, il 60%.

All’atto di emissione della fattura per la cessione di un’opera, l’Artista che operi in questo regime **non deve** (e non può) indicare l’imposta separatamente dal corrispettivo, ed il prezzo di vendita va indicato globalmente; dovrà però essere riportato in fattura il riferimento all’articolo 38 D.L. 41/95.

L’acquirente, ricevente la fattura, non potrà detrarsi l’iva, in quanto il documento non è valido per la rivalsa dell’imposta, cioè per “scaricare” l’iva.

Le spese accessorie sostenute per i beni rientranti in tale regime vengono attratte dalla stessa norma, per cui anche in questo caso l’iva pagata su tali prestazioni non potrà essere detratta.

Questo significa che le spese di produzione dell’opera (stampa, montaggio e

similari) sono interamente deducibili come costo (ai fini delle imposte dirette), ma non consentono il recupero dell'Iva, che diventa un costo anch'essa.

Vediamo un esempio di applicazione del regime

*Opera fotografica Xxxxxx, esemplare 5/20, come da allegato Certificato di autenticità:*

*Prezzo di vendita (al lordo di Iva) 2.000 euro  
vendita effettuata ai sensi art. 38 D.l. 41/95*

Anche se sul documento si indica solo l'importo lordo (i 2.000 euro), la base imponibile forfettaria è del 60%, quindi di 1.200 euro.

Su tale base occorrerà scorporare l'iva in base all'aliquota del bene, nel nostro caso il 10%; quindi, 120 euro di Iva, indeducibile per l'acquirente.

Le spese sostenute, come accennato, sono attratte dallo stesso regime, e quindi la relativa iva non può essere recuperata.

Supponiamo, nel nostro esempio, che la stampa e il montaggio dell'opera in questione siano costate 300 euro, più Iva.

Ai fini Irpef, l'imponibile sarà di:

2.000 euro prezzo lordo di vendita, *meno*:

120 euro di Iva con regime del margine, forfettario, che andrà versata interamente, alla liquidazione periodica, *meno*:

366 euro di costi (300 + iva 22% sugli acquisti sostenuti, e non detraibile)

Totale, ricavo imponibile netto: 1.514

## 5

# LA VALUTAZIONE ECONOMICA DI BASE DEL VALORE DI UN'OPERA FOTOGRAFICA

Questo capitolo tocca un argomento eccezionalmente delicato.

Per questo motivo, chiediamo al lettore di avvicinarsi a questo aspetto, e a questa brevissima trattazione introduttiva, con la massima apertura mentale ed il massimo... possibilismo intellettuale.

Non esiste *l'algoritmo* o la *formula* che possano determinare in modo definito e ripetibile le dinamiche che portano alla formazione del valore economico riconosciuto alle opere fotografiche; non esiste tale algoritmo semplicemente perché le dinamiche che portano alla formazione di prezzi sono in massima parte basate su aspetti relazionali, e le relazioni fra persone, gruppi di persone e rappresentanze di persone seguono alcune linee guida generali (quelle che descriviamo in questo testo) ma non "rispettano" alcuna legge matematica od assoluta.

Ecco perché è possibile ragionare assieme sulle dinamiche di fondo, ma non è possibile analizzare in forma asetticamente matematica il fenomeno.

### **Il valore economico dell'opera non è intrinseco**

Punto di partenza indispensabile, anche se così basilare da sembrare "naïf" è questa constatazione, che peraltro è di importanza fondante, basilare: **il valore di un'opera non è - se non in minima parte - interno all'opera, ma esterno** alla stessa.

Non esistono in realtà elementi metricamente misurabili, peso, qualità, materiale, che permettano di individuare una diretta relazione fra "cosa è" l'opera ed il suo valore.

Il valore vero dell'opera stessa è esterno a lei, nel senso che discende dalla catena di relazioni, di rapporti e di convenzioni che ruotano attorno al suo autore, ai suoi mediatori, ai suoi mercanti, ai suoi estimatori, eccetera.

Possiamo rifarci al parallelo con la carta moneta, con una banconota: nessun fine conoscitore di inchiostri, o di carte, o di stampa, potrà mai sostenere che il valore di una banconota è connaturato con la materia stessa del biglietto.

Non è il biglietto di banca a valere: è l'insieme, complesso e intricatissimo, delle

convenzioni e dei rapporti che sono sottesi attorno a quel biglietto.

Certo, dovrà essere fatto come la convenzione richiede, e dovrà essere autentico: cioè, eseguito secondo canoni fissati dalle convenzioni, e agito all'interno delle relazioni che lo rendono ammissibile come "autentico".

Ma, come si vede, si continua a parlare di effetti di relazioni esterne all'oggetto di valore, e non di valori assoluti, contenuti internamente.

Identico fenomeno è quello che si verifica attorno ad un'opera. La massima parte del valore è assolutamente tessuta nel mondo esterno.

*Tutto fumo e niente arrosto?*

Critica infondata, quando la merce in vendita è l'incenso.

### **L' "hardware" dell'opera**

Ecco perché si ingannano profondamente quei neo autori che si preoccupano, unicamente o principalmente, dalla carta o dei pigmenti utilizzati per la stampa, o di altri aspetti di questa natura.

Certo, la qualità, l'efficacia della presentazione, la durata nel tempo... sono tutti elementi di cui si deve tenere conto, e con la massima serietà.

Ma sono tutti elementi che rappresentano condizioni *necessarie e non sufficienti*.

E' importante occuparsi di questi elementi; l'errore sta nel *fermarsi* a curare questi aspetti.

Una stampa fotografica curatissima, di un soggetto poetico e suggestivo, realizzata su carta di pregio, stampata con la massima attenzione e montata alla perfezione, in assenza della generazione di questo "valore esterno di relazioni" potrà avere un "valore" di mercato sostanzialmente pari alla somma dei costi vivi sostenuti per realizzarlo, più un onesto compenso orario per chi lo ha prodotto.

Sarà, per capirci, un piacevole manufatto e complemento d'arredo. Del valore di 150, 200 euro, o un po' di più, se i materiali usati sono costosi.

Appunto: costi vivi, più paga oraria.

Quando un "oggetto gradevole" assume un valore economico non più proporzionato alla sua materia?

### **Il contenuto concettuale ed estetico dell'opera**

L'altra convinzione "naïf", ingenua, è quella di pensare che sia sufficiente aggiungere "bellezza" o "creatività".

In realtà, la creatività, l'innovazione, la bellezza, la capacità di provocare, il rigore concettuale, la vicinanza (o la disparità) dai canoni stilistici di una corrente, e tutti gli attributi che potremmo temerariamente definire "software" di un'opera, aggiungono, ovviamente, valore e sostanza all'opera stessa: in un certo senso, ne sono davvero elemento costituente.

Ma, poiché stiamo qui indagando - pragmaticamente - della valutazione economica delle opere (e non solo del loro valore concettuale) dobbiamo prendere atto del fatto che stiamo ancora analizzando elementi la cui presenza è condizione *necessaria ma non sufficiente*, al “decollo” delle quotazioni.

Abbiamo visto che un’opera fotografica realizzata a regola d’arte sul piano tecnico vale quello che costa, più il lavoro necessario. Quindi, qualche centinaio di euro.

Quando un’opera è realizzata con genialità, con intuizione, con attenzione, con percepibile poesia, con forti connotati estetici, ecco che alla buona fattezze si aggiunge un elemento di desiderabilità: è un’opera bella. E’ un’opera che mi fa vibrare. E’ un’opera che solleva sensazioni e che genera l’occasione di far discutere fra loro le persone.

E’ un’opera riuscita.

Ecco che il valore di mercato sale, e si porta ad un livello che comprende non più solo il costo delle materie prime e del lavoro, ma anche una sorta di tributo alla genialità artistica. Parliamo a questo punto di cifre di tre, quattro, dieci volte superiori a quelle del primo “step”. Quindi, novecento, mille, millecinquecento, tremila... importi che si sarebbe disposti a pagare, ad esempio, per un mobile od un complemento d’arredo di design.

Permettiamoci, a questo punto, un parallelo.

Se acquisto un divano all’Ikea, desidero che costi il giusto; deve essere fatto bene, di materiali adatti, comodo, deve piacermi e costare poco.

Poche centinaia di euro possono andare bene.

Se ho maggiore disponibilità economica, e voglio qualcosa di più, magari la mia attenzione si sposterà su un *Aspen* di Cassina; costa attorno ai 3500 - 4000 euro, ma mi metterò in casa un oggetto non solo ben fatto e comodo, ma anche di design.

E ancora: senza indulgere sui pezzi di antiquariato, alcune *chaise longue* d’autore vengono battute da Sotheby’s per svariate decine di migliaia di euro.

Che cosa sposta il valore verso l’alto, in quest’ultimo caso?

Nulla di “interno” all’oggetto: non la qualità, non la bellezza, non il materiale: è qualcosa di esterno ad esso, è qualcosa di fondato sulle relazioni.

## **Il ruolo del fenomeno speculativo**

Se l’Arte non potesse contare su un certo fenomeno speculativo che la sorregge, tutto il mondo che le ruota attorno sarebbe differente.

Godrebbe di quell’attenzione che le attività umane - anche stupende - hanno quando non smuovono capitali: un’attenzione vivida, sincera, limpida. Ma confinata esclusivamente ai pochi individui che vi si dedicano, senza altro



interesse che quello direttamente sollevato dal praticare quell'attività.

Il sistema dell'Arte - in moltissime delle sue manifestazioni - conta invece anche su l'indotto di una "dinamica speculativa", e di questo, nel bene e nel male, occorre tenerne conto.

Con questo non si intende affermare che l'Arte sia "sporcata" da questo meccanismo. Ma, senza dubbio, fingere di ignorare l'esistenza di questo aspetto non giova a nessuno.

Di fatto, grazie a questo meccanismo l'Arte può contare su mezzi ed attenzioni che diversamente non avrebbe.

In estrema sintesi, il meccanismo della speculazione - in senso positivo - nel mercato dell'arte si fonda sull'identico processo che si applica a qualsiasi bene, materiale od immateriale, che sia: a) desiderabile, b) limitatamente disponibile, e: c) adatto ad essere acquistato e rivenduto.

Così, che si tratti di una quota azionaria, di una pietra preziosa o di un'opera d'arte, il processo è sempre simile.

Se qualcosa può essere comprato e anche altri lo desidereranno, io - investitore - ho la ragionevole speranza di effettuare acquisti ad una cifra X per poi rivendere ad altri ad una cifra superiore, quando quel bene sia diventato più desiderabile per un qualsiasi motivo.

Nel campo dell'Arte, l'aumento di valore di un'opera può dipendere da molti fattori; ne analizziamo alcuni qui di seguito. In ogni caso, la "crescita" e la maturazione artistica dell'Autore è uno dei fattori più semplici da considerare - e da prevedere. Poiché la crescita di un Autore viene percepita in diretta conseguenza degli attestati di stima che lo stesso si conquista presso gli operatori accreditati del circuito artistico, la "natura" di questo potenziale, progressivo incremento di valore convenzionale dell'opera è quasi totalmente radicato nella rete di relazioni e di conferme di relazioni che viene ad instaurarsi.

Se un autore ha prodotto una buona opera, il processo che può portare al successo è appena iniziato e, in sé, ancora certamente non sufficiente.

### **Il ruolo delle conferme esterne**

Pragmaticamente, allora, consideriamo alcuni fra i fattori che possono concorrere a lasciare intendere che un Autore sta seguendo un processo di crescita e di affermazione e che, quindi, investire sulle sue opere può essere interessante.

Alcune considerazioni di fondo sugli argomenti toccati qui sono espresse, discorsivamente, nei tutorial video che trovi raccolti qui: **[www.fotografi.org/arte](http://www.fotografi.org/arte)**

### **a) Gli apprezzamenti espressi da critici e esperti**

Premettiamo che per interfacciarsi proficuamente con critici d'arte occorre partire dalla conoscenza e dall'attenzione al loro operato, prima ancora di tentare di imporre il proprio lavoro (vedi i tutorial linkati sopra).

Fatta questa precisazione, l'esistenza di alcune (due o tre) critiche positive da parte di esperti e critici conosciuti ha un valore significativo.

Volendo attribuire un "**peso ponderato**" a questa componente, dove "1" identifica un componente poco determinante, e "10" un aspetto della massima importanza, il *peso ponderato* per questo aspetto potrebbe essere 7.

### **b) I premi**

Tutto contribuisce, certo, e quindi anche la vincita di premi può avere - ed ha - un suo peso. Nell'ambito dell'Arte fotografica, tuttavia, l'effetto trainante dei premi esistenti è meno significativo che in altri ambiti. *Peso ponderato* 5.

### **c) Le esposizioni**

Le occasioni di esposizione sono interessanti, ma in massima misura quando "rispondono" ad un'esigenza espositiva, e molto meno quando vengono provocate dall'Autore. Da considerare attentamente l'internazionalità delle esposizioni. Vale cioè la pena di tessere contatti all'estero perché l'effetto consolidante è esponenzialmente moltiplicato se la visibilità è giocata su più Paesi.

*Peso ponderato*: da 4 a 7 (ovviamente a seconda dell'importanza del contesto espositivo).

### **d) La Galleria**

Un ruolo davvero determinante, in particolar modo nelle fasi iniziali della propria affermazione artistica, è rappresentato dalla presenza di un gallerista conosciuto e riconosciuto. E' infatti il mercante d'arte e il gallerista che, nei confronti del mercato dei collezionisti e degli investitori, funge da "cuscinetto" competente e rassicurante. Questa sua funzione ha una doppia valenza. Da un lato, la competenza del gallerista permette una oggettiva selezione che funge da garanzia all'acquirente; dall'altro, con una sorta di ricorsività fra causa ed effetto, l'intervento del gallerista non solo *osserva*, ma anche *innesca e produce* il consolidamento delle azioni dell'Autore.

Anche per questi contatti, valgono le valutazioni discorsivamente esposte qui: [www.fotografi.org/arte](http://www.fotografi.org/arte)

Il "*peso ponderato*" di questo elemento va da 8 a 10.

### **e) Le vendite già effettuate**

Innanzitutto, vanno “scremate”, quindi, eliminate dall’osservazione, le vendite effettuate di concerto con l’Autore (cioè le vendite non spontanee, ma di fatto *innescate* dall’Autore tramite sue conoscenze, per generare la sensazione di una richiesta di mercato).

Nessun gallerista serio si presta comunque a operazioni di questo genere. Sgombrato quindi il terreno da queste distorsioni, lo “storico” del venduto di un autore è un elemento molto importante (*peso ponderato*: 7), poiché ne influenza direttamente anche il mercato futuro.

Quando le vendite avvengono per tramite di case d’aste, ne è più semplice il tracciamento; pur trattandosi di un servizio in abbonamento (a pagamento) è possibile consultare le quotazioni degli artisti venduti all’asta tramite servizi come Artprice ([www.artprice.com](http://www.artprice.com)).

In assenza di vendite all’Asta, traccia e nozione del venduto dell’Artista vengono mantenute dal gallerista che, anche sotto questo profilo, si dimostra di grande importanza strategica.

### **f) Gli elementi oggettivi delle serie.**

Come già descritto al capitolo primo, il valore delle opere è legato in proporzione inversa al numero di esemplari disponibili.

Inoltre, all’interno di serie limitate, tendenzialmente - e non necessariamente - si tenga presente che:

- 1) Non vanno superati i 30 esemplari (oltre che un effetto di mercato, questo esubero ha anche effetti fiscali, facendo perdere il requisito di opera d’arte fotografica).
- 2) Il valore degli ultimi esemplari della serie può essere collocato come leggermente superiore a quello dei primi.
- 3) Il valore di un’eventuale prova d’artista entrata in commercio a numerazione della serie esaurita al primo mercato (vendita diretta) è tendenzialmente superiore a quello delle opere normalmente numerate all’interno della serie.

### **g) La finitura ed il montaggio**

Anche se, come abbiamo annotato a più riprese, gli elementi realmente determinanti il valore della produzione artistica di un Autore non sono correlati all’oggetto in sé e per sé, va rilevato che - a parità di fattori esterni - una presentazione ed una cura particolari nella realizzazione e presentazione dell’opera possono fare un’apprezzabile, a volte notevole differenza.

In particolar modo, “aiutano” sul piano psicologico:

- 1) La qualità della stampa e le certificazioni di durabilità di pigmenti e carta;

2) La finitura della presentazione

3) La qualità del montaggio.

Su ciascuno di questi punti vale la pena di investire senza lesinare: sono costi che possono tranquillamente essere ripetuti sul cliente finale e che consentono di garantire la percezione di quell'eccellenza e desiderabilità che l'opera deve avere.

## **1 NUMERAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE OPERE FOTOGRAFICHE**

### **PAGINA 4**

Cosa intendiamo per "opera artistica fotografica".

Perché la "certificazione"

Unicità ed esclusività

Certificazione dell'autore o del Gallerista.

Quanti esemplari nelle serie limitate - multipli d'arte

La prova d'autore / prova d'artista e la

prova di stampa

Il valore delle differenti posizioni nella numerazione della serie

Produzione immediata o differita degli esemplari dell'opera

Come deve essere preparata la certificazione

Certificazione e tracciabilità con sistema 4g

Codice deontologico TAU visual per la fotografia d'arte

## **2 BOZZA DI DOCUMENTO DI CERTIFICAZIONE (COA)**

### **PAGINA 13**

Documento di Certificazione Opere Multipli d'arte in serie limitata

## **3 LA DETERMINAZIONE DEL COMPENSO DELL'OPERATO DELL'ARTISTA**

### **PAGINA 16**

Giornate lavorate e giornate compensate

Il livello professionale dell'artista.

La complessità di realizzazione dell'immagine.

L'apporto creativo richiesto all'autore.

La destinazione d'uso dell'immagine.

L'entità della commessa di lavoro.

La predisposizione dell'artista all'elasticità tariffaria.

L'entità degli investimenti e della struttura dello studio.

Gli anni di esperienza dell'autore.

Le spese legate alla dislocazione geografica dell'attività.

## **4 REGIMI FISCALI PARTICOLARI**

### **PAGINA 23**

Il normale regime fiscale delle opere fotografiche

La riproduzione della Fotografia come cessione

diritto d'autore

Quando è ipotizzabile fiscalmente la cessione del

diritto d'autore

La risoluzione ministeriale 94/e del 30 aprile 1997

Il regime iva per le opere fotografiche a tiratura

limitata - regime del margine

## **5 LA VALUTAZIONE ECONOMICA DI BASE DEL VALORE DI UN'OPERA FOTOGRAFICA**

### **PAGINA 30**

Il valore economico dell'opera non è intrinseco

L'"hardware" dell'opera

Il contenuto concettuale ed estetico dell'opera

Il ruolo del fenomeno speculativo

Il ruolo delle conferme esterne

Gli apprezzamenti espressi da critici e esperti

I premi

Le esposizioni

La Galleria

Le vendite già effettuate

Gli elementi oggettivi delle serie.

La finitura ed il montaggio

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

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

**COME CHIEDERE L'AMMISSIONE COME SOCIO  
AD ASSOCIAZIONE NAZIONALE FOTOGRAFI PROFESSIONISTI TAU VISUAL**

**PUOI CHIEDERE CHE VENGA VALUTATA LA TUA AMMISSIONE COME SOCIO A TUTTI GLI EFFETTI SE SEI UN ARTISTA, AUTORE, FOTOGRAFO CHE ESERCITA PROFESSIONALMENTE L'ATTIVITÀ FOTOGRAFICA E/O DI PRODUZIONE IMMAGINI, CON UNA TUA DEFINITA E CORRETTA CONFIGURAZIONE FISCALE IN QUANTO ARTISTA - AUTORE O FOTOGRAFO.**

**LA RICHIESTA DI AMMISSIONE PUÒ ESSERE SOTTOPOSTA DA:  
[WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE](http://WWW.FOTOGRAFI.ORG/AMMISSIONE)**

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

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

© Copyright: Roberto Tomesani  
per Associazione Nazionale Fotografi Professionisti  
TAU Visual - 2014

associazione | nazionale | fotografi | professionisti  
**TAU Visual**

20122 milano - via manara 7

tel 02\_55187195 - 02\_55187321

riferimenti specifici al campo artistico:  
**www.fotografi.org/arte**

richiesta ammissione soci: **www.fotografi.org/ammissione**

tutorial gratuiti su professione:  
**www.youtube.com/tauvisual**

il database soci: [www.fotografi.tv](http://www.fotografi.tv)  
incontro fra assistenti e professionisti: [www.assistenti.org](http://www.assistenti.org)  
sistema per la stima delle tariffe: [www.tariffario.org](http://www.tariffario.org)  
foto di matrimonio: [www.fotocerimonia.com](http://www.fotocerimonia.com)  
informazioni sull'attività professionale: [www.fotografi.org](http://www.fotografi.org)  
scuole e corsi di fotografia: [www.fotoscuola.it](http://www.fotoscuola.it)  
premio qualità creativa: [www.premiofotografico.org](http://www.premiofotografico.org)  
tutorial sull'attività: [www.youtube.com/tauvisual](http://www.youtube.com/tauvisual)  
nuovi creativi nel campo della moda: [www.cool-book.org](http://www.cool-book.org)  
contatti con i designer: [www.design-book.org](http://www.design-book.org)  
gruppo agenti di rappresentanza: [www.photoagencies.org](http://www.photoagencies.org)  
come la fotografia si esprime nell'arte: [www.artvisual.tv](http://www.artvisual.tv)  
creatività fra i disagiati: [www.creativisenzalimiti.org](http://www.creativisenzalimiti.org)

autore testi di questa documentazione: roberto tomesani  
tutti i diritti riservati © TAU Visual ®  
riproduzione e diffusione vietate

INTRODUZIONE OPERATIVA ALLA  
NUMERAZIONE E LA CERTIFICAZIONE DELLE  
OPERE FOTOGRAFICHE.  
CENNI SULLA VALUTAZIONE ECONOMICA DI  
BASE DELLE PRESTAZIONI PROFESSIONALI  
DELL'ARTISTA, E DELLE SUE OPERE



ARTVISUAL.TV  
FOTOGRAFI.ORG  
FOTOGRAFI.TV  
FOTOCERIMONIA.COM  
ASSISTENTI.ORG  
TARIFFARIO.ORG  
FOTOSCUOLA.IT  
YOUTUBE.COM/TAUVISUAL



impaginazione grafica

www • fotografi • org

associazione  
nazionale  
fotografi  
professionisti

L. 22/2004

TAU visual