

GRAFICI

&

FILMMAKER DIGITALE

2026

IN QUESTA PUBBLICAZIONE

- Tariffe orarie e giornaliere per grafici e filmmaker
- Contratti per cessione dei diritti d'autore
- Mercato della comunicazione visiva in Italia 2026
- Brand identity, motion design e video: prezzi reali
- Clausole essenziali nei contratti creativi
- Come negoziare e tutelare il proprio lavoro

SOMMARIO

Indice dei Contenuti

A — NORMATIVA E PROFESSIONE	
01	Quadro normativo 2026
02	CCNL Grafica ed Editoria — livelli e minimi
B — 6 SPECIALIZZAZIONI GRAFICHE	
03	Brand Designer
04	UI/UX Designer
05	Packaging Designer
06	Motion Designer
07	Illustratore
08	Art Director
C — 5 SPECIALIZZAZIONI FILMMAKER	
09	Spot Pubblicitario
10	Video Corporate
11	Documentario
12	Social Video / Reel
13	Evento Live / Streaming
D — TARIFFE, PREVENTIVI E CONTRATTI	
14	Formula costo orario e tariffario esteso
15	Template preventivo Grafico
16	Template preventivo Filmmaker
17	Fondamenti contrattuali
18	Contratto servizi grafici
19	Contratto produzione video
E — LICENZE, DIRITTI E GIURISPRUDENZA	
20	8 Licenze d'uso commerciali

21	4 Liberatorie
22	Portfolio e pitch template
23	Diritto d'autore L.633/1941
24	Sentenze Cassazione
25	Case study contrattuali
26	Gestione contenzioso
27	Checklist pre-incarico e glossario

CAPITOLO 01

Il Quadro Normativo 2026 per Grafici e Filmmaker

Il grafico pubblicitario e il filmmaker operano all'intersezione tra creatività e diritto. La loro attività è regolata da norme che spaziano dal diritto d'autore al diritto del lavoro, dalla tutela della privacy alla normativa fiscale. Conoscere queste norme non è un optional — è la base per costruire contratti solidi e prevenire contenziosi.

**Legge 22
aprile 1941, n.
633**

Diritto d'autore — la legge fondamentale

Tutela le opere dell'ingegno creativo: fotografie, video, grafica, illustrazioni. Art. 2: elenco delle opere protette. Art. 12-19: diritti morali (paternità, integrità). Art. 12-bis: opere create nel rapporto di lavoro dipendente. Art. 87-92: fotografie semplici vs opere fotografiche. Art. 107-114: diritti di utilizzazione economica e loro durata. Fondamentale distinguere: opera fotografica (protezione piena, 70 anni post mortem) vs fotografia semplice (protezione limitata, 20 anni dalla produzione).

**D.Lgs. 15
giugno 2015,
n. 81**

Jobs Act — collaborazioni e presunzione subordinazione

Collaborazioni continuative con un unico committente per oltre 6 mesi con orari e luoghi imposti presunzione di subordinazione. Il grafico freelance embedded in agenzia per periodi lunghi rischia la riqualificazione del rapporto. Documentare sempre l'autonomia organizzativa.

**Legge 22
maggio 2017,
n. 81**

Statuto del lavoro autonomo

Art. 3: pagamenti max 60 giorni dalla fattura — clausole contrarie nulle. Art. 4: tutela contro la dipendenza economica. Art. 9: diritto alla formazione. Particolarmente rilevante per creativi con pochi clienti ricorrenti.

Codice Civile
— artt.
2222-2238

Contratto d'opera intellettuale

Art. 2222: il creativo freelance eroga un'opera intellettuale verso corrispettivo. Art. 1218: responsabilità per inadempimento. Art. 1175-1375: buona fede e correttezza. Art. 1667: garanzia per vizi dell'opera.

**GDPR — Reg
olamento UE
2016/679**

Privacy e immagini di persone

Per fotografi e filmmaker: base giuridica per il trattamento di immagini di persone (consenso, legittimo interesse, contratto). Liberatorie conformi al GDPR obbligatorie. Data retention: conservazione immagini per il tempo strettamente necessario.

**D.Lgs.
70/2003**

Commercio elettronico e servizi digitali

Per grafici e filmmaker che vendono servizi online: obblighi informativi, diritto di recesso, contratti a distanza.

Sintesi operativa — regime fiscale e assicurazione:

Il grafico e il filmmaker freelance possono operare in regime forfettario (ricavi fino a €85.000, imposta sostitutiva 5-15%, nessuna deduzione IVA) o in regime ordinario (deduzioni complete, IVA, IRPEF a scaglioni). Il regime forfettario è vantaggioso fino a ~€50.000 di ricavi. Oltre, il regime ordinario consente di dedurre i costi significativi del settore: attrezzatura, software Adobe (€700/anno), noleggi, viaggi, assicurazioni.

La polizza RC professionale è fortemente consigliata. Copre danni da errori professionali: file stampa errati, video con difetti tecnici, violazioni involontarie diritto d'autore. Costo: €300-800/anno per massimali €250.000-€500.000. Per filmmaker con droni: RC specifica UAS obbligatoria per legge (Reg. ENAC).

Struttura legale consigliata per fatturato:

Fatturato annuo	Struttura consigliata	Vantaggi
< €30.000	P.IVA forfettaria	Semplicità, tassazione 5-15%, zero IVA
€30.000 – €65.000	P.IVA forfettaria	Ancora vantaggiosa, monitorare soglia €85k

€65.000 - €120.000	P.IVA ordinaria o SRL	Deduzione costi, IVA detraibile, credibilità
> €120.000	SRL o SRLS	Responsabilità limitata, ottimizzazione fiscale, team

CAPITOLO 02

CCNL Grafica ed Editoria — Livelli e Minimi 2024-2026

Il CCNL Grafica ed Editoria è il contratto collettivo di riferimento per i grafici dipendenti in aziende di comunicazione, agenzie pubblicitarie, case editrici e studi grafici. Per i freelance P.IVA il CCNL non è vincolante ma rappresenta il benchmark di mercato per definire le tariffe minime sostenibili.

Livello	Figura tipica	Min. mensile	Note
9°	Apprendista grafico, stagista	€ 1.250	Primo ingresso, formazione
8°	Grafico junior, operatore DTP	€ 1.420	Esecuzione sotto supervisione
7°	Grafico esecutivista, videomaker junior	€ 1.580	Autonomia parziale
6°	Grafico mid, motion designer junior	€ 1.720	Autonomia su progetti medi
5°	Grafico senior, filmmaker mid	€ 1.880	Gestione progetto autonoma
4°	Art director junior, regista junior	€ 2.050	Coordinamento piccolo team
3°	Art director, regista, creative director	€ 2.280	Responsabilità creativa piena
2°	Direttore creativo, head of production	€ 2.550	Strategia + team management
1°	Executive creative director	€ 2.850+	Super-minimi individuali

Minimi orientativi CCNL Grafica ed Editoria 2024-2026. Fonte: rinnovo contrattuale 2023.

Confronto inquadramento dipendente vs freelance:

Aspetto	Dipendente CCNL	Freelance P.IVA
Retribuzione	Minimo tabellare + super-minimi + TFR + 13ª/14ª	Fattura per progetto o retainer mensile

Contributi	A carico azienda (~30%)	Gestione Separata INPS 26,23% a carico proprio
Diritti d'autore	Art. 12-bis L.633/1941: le opere appartengono al datore	Le opere restano del freelance fino a cessione scritta
Tutela	Malattia, ferie, maternità, TFR, licenziamento	L.81/2017: pagamento 60gg, dipendenza economica
Autonomia	Orari e strumenti del datore	Piena autonomia organizzativa

CAPITOLO 03

Brand Designer

Identità visiva, logo, brand guidelines, naming visivo

Profilo professionale:

Il Brand Designer è lo specialista dell'identità visiva. Non disegna 'un logo' — costruisce un sistema di comunicazione visiva coerente che include logo, palette colori, tipografia, imagery, tone of voice visivo e linee guida per l'applicazione del brand. È la figura più strategica tra i grafici: lavora sull'essenza del brand, non sull'esecuzione.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Logo design + brand identity completa	€ 1.500 — € 8.000+	Junior Senior. Brand completo: logo, palette, tipografia, imagery, guidelines.
Brand guidelines document	€ 800 — € 3.500	Documento PDF/web con regole d'uso del brand. 20-80 pagine.
Rebranding	€ 2.500 — € 15.000+	Audit brand esistente + strategia + nuova identità. Progetti 2-6 mesi.
Naming + logo	€ 2.000 — € 6.000	Ricerca naming + verifica UIBM + design logo. Timeline: 4-8 settimane.
Brand audit	€ 500 — € 2.000	Analisi dell'identità attuale con report e raccomandazioni.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

Brand Designer — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

Brand Designer: La proprietà intellettuale del brand identity è il tema contrattuale più critico. Specificare SEMPRE nel contratto: il logo e gli asset visivi vengono ceduti al cliente SOLO dopo il saldo completo. Prima del saldo, il designer mantiene tutti i diritti.

Canali di acquisizione clienti:

Per il Brand Designer, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

Brand Designer — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il Brand Designer sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non

generalismo. Il Brand Designer che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del Brand Designer in modo profondo. Non elimina la professione – la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il Brand Designer che integra AI nel workflow è più produttivo – ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del Brand Designer – non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 – € 600	baseline
Germania	€ 500 – € 900	+45%
UK	€ 550 – € 950	+55%
Francia	€ 450 – € 800	+30%
Spagna	€ 280 – € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 – € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 04

UI/UX Designer

Interfacce digitali, wireframe, prototipi, design system

Profilo professionale:

Lo UI/UX Designer progetta le interfacce digitali: siti web, app mobile, software, dashboard. La distinzione tra UI (visual) e UX (interazione) è spesso sfumata nel mercato italiano – la maggior parte dei committenti cerca una figura ibrida. Il deliverable include wireframe, mockup ad alta fedeltà e prototipi interattivi.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Landing page design	€ 400 – € 1.500	Una pagina, responsive. Consegna: Figma/Sketch + asset.
Sito web completo (5-15 pagine)	€ 1.500 – € 6.000	Design system + tutte le pagine + responsive. No sviluppo.
App mobile design (iOS/Android)	€ 2.500 – € 12.000	UX research + wireframe + UI completa + prototipi Figma.
Design system completo	€ 3.000 – € 10.000	Componenti, token, documentazione. Per team di sviluppo.
UX audit + redesign	€ 800 – € 3.000	Analisi euristica, test usabilità, report con raccomandazioni.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

UI/UX Designer — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

UI/UX Designer: Nel contratto UI/UX specificare: i file sorgente Figma/Sketch vengono consegnati? La licenza dei font e delle icone è inclusa o a carico del cliente? Le revisioni su prototipo interattivo contano come revisioni del design?

Canali di acquisizione clienti:

Per il UI/UX Designer, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

UI/UX Designer — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il UI/UX Designer sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non

generalismo. Il UI/UX Designer che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del UI/UX Designer in modo profondo. Non elimina la professione — la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il UI/UX Designer che integra AI nel workflow è più produttivo — ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del UI/UX Designer — non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 — € 600	baseline
Germania	€ 500 — € 900	+45%
UK	€ 550 — € 950	+55%
Francia	€ 450 — € 800	+30%
Spagna	€ 280 — € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 — € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 05

Packaging Designer

Confezioni, etichette, espositori, materiali POS

Profilo professionale:

Il Packaging Designer progetta l'esperienza visiva del prodotto fisico. Richiede competenze specifiche: normativa etichettatura, tracciati fustella, gestione colori Pantone, pre-stampa professionale. Il margine di errore è zero – un errore di fustella costa migliaia di euro in ristampe.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Packaging singolo prodotto	€ 800 – € 3.500	Design + tracciato fustella + file pre-stampa.
Linea packaging (3-10 referenze)	€ 2.500 – € 12.000	Coordinamento visivo + varianti + pre-stampa per ogni SKU.
Etichetta alimentare a norma	€ 400 – € 1.200	Design + verifica normativa nutrizionale. Tabella ingredienti inclusa.
Espositore POS / display	€ 500 – € 2.000	Design + fustella + mock-up 3D fotorealistico.
Mock-up 3D prodotto	€ 200 – € 800	Rendering fotorealistico per presentazione e e-commerce.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

Packaging Designer — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

Packaging Designer: Clausola critica nel packaging: la responsabilità per errori di stampa (colori, fustella) deve essere separata dalla responsabilità del designer (file) e dello stampatore (esecuzione). Il designer risponde del file, non della stampa. Specificare SEMPRE.

Canali di acquisizione clienti:

Per il Packaging Designer, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

Packaging Designer — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il Packaging Designer sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi

sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non generalismo. Il Packaging Designer che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del Packaging Designer in modo profondo. Non elimina la professione — la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il Packaging Designer che integra AI nel workflow è più produttivo — ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del Packaging Designer — non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 — € 600	baseline
Germania	€ 500 — € 900	+45%
UK	€ 550 — € 950	+55%
Francia	€ 450 — € 800	+30%
Spagna	€ 280 — € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 — € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 06

Motion Designer

Animazione 2D/3D, video grafica, titoli, lower thirds

Profilo professionale:

Il Motion Designer anima la grafica: titoli, transizioni, infografiche animate, intro/outro video, animazioni social, presentazioni animate. Lavora all'intersezione tra grafica e video. I tool principali: After Effects, Cinema 4D, Blender, Lottie per web animation.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Intro/outro video branded	€ 300 – € 1.200	5-15 secondi. Logo animation + sound design.
Infografica animata	€ 500 – € 2.500	30-90 secondi. Dati animati + voiceover sync.
Pacchetto social animation (10 template)	€ 800 – € 3.000	Template After Effects editabili per il cliente.
Title sequence / sigla	€ 1.000 – € 5.000	15-60 secondi. Concept + storyboard + animazione + sound.
Video explainer animato (60-120s)	€ 1.500 – € 6.000	Script + storyboard + illustrazione + animazione + VO.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

Motion Designer — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

Motion Designer: Il motion designer deve specificare: i file progetto (After Effects, C4D) sono inclusi? I font e i plugin usati sono con licenza commerciale? Le render in 4K hanno un costo aggiuntivo rispetto al Full HD?

Canali di acquisizione clienti:

Per il Motion Designer, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

Motion Designer — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il Motion Designer sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non

generalismo. Il Motion Designer che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del Motion Designer in modo profondo. Non elimina la professione – la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il Motion Designer che integra AI nel workflow è più produttivo – ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del Motion Designer – non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 – € 600	baseline
Germania	€ 500 – € 900	+45%
UK	€ 550 – € 950	+55%
Francia	€ 450 – € 800	+30%
Spagna	€ 280 – € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 – € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 07

Illustratore

Illustrazione editoriale, pubblicitaria, tecnica, digitale

Profilo professionale:

L'illustratore crea immagini originali per editoria, pubblicità, packaging, animazione, moda, architettura. A differenza del grafico, l'illustratore non usa principalmente foto o elementi pre-esistenti — crea da zero. La protezione del diritto d'autore è più forte per le illustrazioni originali.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Illustrazione editoriale (copertina libro/rivista)	€ 500 — € 3.000	Singola illustrazione, full color, diritti editoriali.
Set illustrazioni (5-10 pezzi)	€ 1.500 — € 6.000	Serie coordinata. Stile coerente. Uso definito.
Illustrazione pubblicitaria	€ 800 — € 5.000	Campagna singola. Diritti d'uso per durata e territorio definiti.
Character design	€ 600 — € 3.000	Personaggio + pose + espressioni + style guide.
Pattern/texture design	€ 300 — € 1.500	Ripetibile, per tessile, packaging o digitale.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

Illustratore — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

Illustratore: L'illustratore DEVE specificare i diritti d'uso con precisione: uso editoriale ≠ uso pubblicitario ≠ uso su merchandising. Ogni uso aggiuntivo = licenza aggiuntiva. Non cedere mai tutti i diritti a prezzo base.

Canali di acquisizione clienti:

Per il Illustratore, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

Illustratore — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il Illustratore sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non

generalismo. Il Illustratore che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del Illustratore in modo profondo. Non elimina la professione — la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il Illustratore che integra AI nel workflow è più produttivo — ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del Illustratore — non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 — € 600	baseline
Germania	€ 500 — € 900	+45%
UK	€ 550 — € 950	+55%
Francia	€ 450 — € 800	+30%
Spagna	€ 280 — € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 — € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 08

Art Director

Direzione creativa, supervisione visual, coordinamento team

Profilo professionale:

L'Art Director non è un grafico senior — è il responsabile della visione creativa di un progetto o di un brand. Coordina grafici, fotografi, illustratori, videomaker. Definisce il concept, supervisiona l'esecuzione, approva i deliverable finali. È la figura con la tariffa più alta e la responsabilità più ampia.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range tariffario	Note
Direzione creativa campagna (1-3 mesi)	€ 3.000 — € 15.000	Concept + supervisione esecuzione + approvazione finale.
Art direction shooting fotografico	€ 800 — € 3.000/giorno	Direzione on-set + selezione finale + post-produzione.
Consulenza creativa strategica	€ 150 — € 400/ora	Sessioni di consulenza su brand, campagne, visual strategy.
Creative direction video	€ 1.500 — € 8.000	Concept + storyboard + direzione set + supervisione post.
Mentoring team creativo	€ 2.000 — € 5.000/mese	Formazione e supervisione team grafico interno del cliente.

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, Glassdoor IT, LinkedIn.

Art Director — Clausole contrattuali e canali

Clausola contrattuale specifica:

Art Director: L'Art Director risponde della qualità creativa, non dell'esecuzione tecnica. Il contratto deve distinguere chiaramente: responsabilità creativa (AD) vs responsabilità tecnica (esecutore) vs responsabilità di stampa (fornitore).

Canali di acquisizione clienti:

Per il Art Director, i canali più efficaci nel 2026 sono: portfolio online professionale (Behance, Dribbble, sito personale) come vetrina di credibilità; LinkedIn per il networking B2B e le connessioni con agenzie e brand manager; referral da clienti precedenti (il canale con il tasso di conversione più alto nel settore creativo); community di settore e eventi (ADCI, IF! Design, Freelancecamp) per visibilità e connessioni; cold outreach mirato (email a brand manager e marketing director con portfolio curato). Il social media marketing personale (Instagram per il visual, LinkedIn per il B2B) ha un ROI misurabile solo dopo 6-12 mesi di pubblicazione consistente — non è un canale per risultati immediati ma per costruzione di autorevolezza.

Errori contrattuali più comuni:

1. Non definire il numero di revisioni incluse — il cliente chiede modifiche infinite
2. Non specificare i formati di consegna — il cliente pretende file sorgente non concordati
3. Non separare il prezzo del concept dal prezzo dell'esecuzione
4. Cedere tutti i diritti d'uso senza licenza separata per usi aggiuntivi
5. Non prevedere una kill fee per progetti cancellati dopo l'inizio del lavoro

Art Director — Analisi di Mercato e Trend 2026-2028

Analisi del mercato italiano 2026:

Il mercato italiano per il Art Director sta attraversando una trasformazione significativa. La digitalizzazione accelerata post-pandemia ha ampliato la domanda di servizi creativi ma ha anche compresso i margini nella fascia bassa del mercato (commodity design). La fascia premium, al contrario, cresce a ritmi sostenuti: i clienti disposti a pagare di più cercano specializzazione verticale, non

generalismo. Il Art Director che si posiziona come specialista di settore (food, fashion, tech, luxury) ha tariffe 40-60% superiori al generalista con lo stesso livello di esperienza. I canali di acquisizione clienti più efficaci nel 2026: referral da clienti esistenti (tasso conversione 35-45%), portfolio online curato (Behance, Dribbble, sito personale), LinkedIn per il B2B (crescita +28% nel settore creativo italiano), partnership con agenzie complementari (il grafico che porta il filmmaker e viceversa).

Trend tecnologici che impattano la professione:

L'intelligenza artificiale generativa (Midjourney, DALL-E, Runway) sta ridisegnando il mercato del Art Director in modo profondo. Non elimina la professione – la trasforma. Le attività ripetitive (varianti formato, resize, adattamenti) vengono accelerate dell'80% dall'AI. Le attività creative ad alto valore (concept, strategia visiva, art direction) restano umane e guadagnano valore relativo. Il Art Director che integra AI nel workflow è più produttivo – ma deve dichiarare l'uso di AI nel contratto per trasparenza verso il cliente. Altra tendenza: il formato verticale (9:16) supera l'orizzontale (16:9) come formato primario di consumo. Ogni output creativo deve essere pensato mobile-first, con adattamenti per gli altri formati. Il 3D e la realtà aumentata entrano nel portfolio del Art Director – non come sostituti del 2D ma come estensioni dell'offerta.

Benchmark tariffario europeo:

Paese	Tariffa giornaliera media	vs Italia
Italia	€ 350 – € 600	baseline
Germania	€ 500 – € 900	+45%
UK	€ 550 – € 950	+55%
Francia	€ 450 – € 800	+30%
Spagna	€ 280 – € 500	-15%
Paesi Bassi	€ 500 – € 850	+40%

Tariffe medie per professionista mid-senior. Fonti: Freelancecamp, Sortlist, Clutch.

CAPITOLO 09

Spot Pubblicitario

Video promozionale 15-60 secondi per TV, digital, social

Profilo e mercato:

Lo spot pubblicitario è il formato video a più alto valore per unità di tempo. Un video di 30 secondi può richiedere 2-8 settimane di lavoro tra pre-produzione, shooting e post-produzione. Il budget è influenzato da: cast, location, effetti speciali, composizione musicale originale, diritti di distribuzione.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range	Note
Spot social (15-30s, 1 giornata set)	€ 1.500 – € 5.000	Crew minima, 1 location, no attori professionisti.
Spot digital (30s, produzione media)	€ 3.000 – € 12.000	Crew 3-5 persone, 1-2 location, 1-2 attori.
Spot TV/cinema (30-60s, full production)	€ 10.000 – € 80.000+	Crew completa, cast, location scouting, post avanzata.
Adattamento spot per formati	€ 500 – € 2.000	Riadattamento 16:99:161:1 + sottotitoli.
Color grading professionale	€ 300 – € 1.500	DaVinci Resolve. Per giornata di footage.

Clausola specifica Spot Pubblicitario: Lo spot ha clausole uniche: embargo pre-lancio, esclusiva territoriale, durata diritti di messa in onda, rinnovo licenza annuale. Mai cedere diritti illimitati nel tempo e nel territorio a prezzo base.

Spot Pubblicitario — Workflow e Gestione Produzione

Workflow tipico e tempistiche:

Il workflow del Spot Pubblicitario segue 4 fasi: pre-produzione (briefing, scouting, planning — 20% del tempo totale), produzione (shooting — 15% del tempo), post-produzione (montaggio, color grading, audio, grafica — 50% del tempo) e delivery con revisioni (15% del tempo). Il cliente sottostima quasi sempre il tempo di post-produzione. Un'ora di footage raw produce tipicamente 1-3 minuti di video finito. Questa proporzione va comunicata nel brief iniziale per gestire le aspettative. Le tempistiche variano per complessità: social video 2-5 giorni, corporate 2-4 settimane, spot 4-8 settimane, documentario 2-12 mesi.

Gestione del team di produzione:

Il filmmaker freelance lavora spesso con crew variabili composte da altri freelance: assistente camera, fonico, truccatore, assistente luci, drone pilot. La gestione contrattuale della crew è critica: il filmmaker è responsabile verso il cliente per il risultato finale, ma non è datore di lavoro della crew (rischio riqualificazione D.Lgs. 81/2015). Ogni membro della crew deve avere: propria P.IVA e assicurazione, contratto di collaborazione per il singolo progetto, liberatoria per l'uso del proprio lavoro nel montaggio finale. Il costo della crew va inserito nel preventivo come voce separata o incluso nella tariffa giornaliera di produzione — in entrambi i casi deve essere trasparente verso il cliente.

Attrezzatura — acquisto vs noleggio:

Attrezzatura	Acquisto	Noleggio/giorno	Consiglio
Camera cinema (RED, ARRI, Sony FX)	€ 5.000-25.000	€ 200-800	Noleggio se < 30 gg/anno uso
Ottiche cinema set (3-5 lenti)	€ 3.000-15.000	€ 100-400	Noleggio sempre — troppo rapida obsolescenza
Gimbal / stabilizzatore	€ 500-2.500	€ 50-150	Acquisto se uso frequente

Drone (DJI Inspire/Mavic Pro)	€ 1.500-6.000	€ 100-300	Acquisto + assicurazione obbligatoria
Audio kit (wireless + boom)	€ 800-3.500	€ 50-150	Acquisto — l'audio si usa sempre
Luci (LED panel kit)	€ 500-3.000	€ 40-120	Acquisto kit base, noleggio per set grandi

CAPITOLO 10

Video Corporate

Video aziendale, istituzionale, presentazione, HR

Profilo e mercato:

Il video corporate è il formato più richiesto dal mercato B2B italiano. Presentazione aziendale, tour della sede, interviste al management, video per recruiting, video di formazione interna. Budget più prevedibile dello spot ma attenzione: il cliente aziendale tende a chiedere revisioni infinite perché coinvolge molti stakeholder interni.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range	Note
Video presentazione aziendale (2-3 min)	€ 2.000 – € 8.000	1-2 giornate shooting + interviste + B-roll + VO.
Tour aziendale / sede (3-5 min)	€ 2.500 – € 10.000	Drone incluso. 1-2 giornate. Post-produzione avanzata.
Video recruiting / employer branding	€ 1.500 – € 6.000	Interviste dipendenti + cultura aziendale.
Video di formazione interna (per modulo)	€ 1.000 – € 4.000	Per modulo 5-15 minuti. Grafica + screen recording.
Video evento aziendale (recap 2-3 min)	€ 800 – € 3.000	Copertura evento + montaggio highlight.

Clausola specifica Video Corporate: Nel corporate specificare: quanti stakeholder approvano il video? Se più di 2, aggiungere una clausola 'max 3 cicli di revisione, oltre i quali si applica tariffa oraria per revisioni aggiuntive'.

Video Corporate — Workflow e Gestione Produzione

Workflow tipico e tempistiche:

Il workflow del Video Corporate segue 4 fasi: pre-produzione (briefing, scouting, planning — 20% del tempo totale), produzione (shooting — 15% del tempo), post-produzione (montaggio, color grading, audio, grafica — 50% del tempo) e delivery con revisioni (15% del tempo). Il cliente sottostima quasi sempre il tempo di post-produzione. Un'ora di footage raw produce tipicamente 1-3 minuti di video finito. Questa proporzione va comunicata nel brief iniziale per gestire le aspettative. Le tempistiche variano per complessità: social video 2-5 giorni, corporate 2-4 settimane, spot 4-8 settimane, documentario 2-12 mesi.

Gestione del team di produzione:

Il filmmaker freelance lavora spesso con crew variabili composte da altri freelance: assistente camera, fonico, truccatore, assistente luci, drone pilot. La gestione contrattuale della crew è critica: il filmmaker è responsabile verso il cliente per il risultato finale, ma non è datore di lavoro della crew (rischio riqualificazione D.Lgs. 81/2015). Ogni membro della crew deve avere: propria P.IVA e assicurazione, contratto di collaborazione per il singolo progetto, liberatoria per l'uso del proprio lavoro nel montaggio finale. Il costo della crew va inserito nel preventivo come voce separata o incluso nella tariffa giornaliera di produzione — in entrambi i casi deve essere trasparente verso il cliente.

Attrezzatura — acquisto vs noleggio:

Attrezzatura	Acquisto	Noleggio/giorn o	Consiglio
Camera cinema (RED, ARRI, Sony FX)	€ 5.000-25.000	€ 200-800	Noleggio se < 30 gg/anno uso
Ottiche cinema set (3-5 lenti)	€ 3.000-15.000	€ 100-400	Noleggio sempre — troppo rapida obsolescenza
Gimbal / stabilizzatore	€ 500-2.500	€ 50-150	Acquisto se uso frequente

Drone (DJI Inspire/Mavic Pro)	€ 1.500-6.000	€ 100-300	Acquisto + assicurazione obbligatoria
Audio kit (wireless + boom)	€ 800-3.500	€ 50-150	Acquisto — l'audio si usa sempre
Luci (LED panel kit)	€ 500-3.000	€ 40-120	Acquisto kit base, noleggio per set grandi

CAPITOLO 11

Documentario

Documentario breve, medio e lungo formato

Profilo e mercato:

Il documentario è il formato video più complesso per durata di produzione e imprevedibilità dei costi. Location multiple, interviste programmate e spontanee, ricerca d'archivio, diritti musicali, voice-over professionale. Il contratto deve prevedere flessibilità sulle tempistiche e chiarezza sulla proprietà del footage raw non utilizzato nel montaggio finale.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range	Note
Documentario breve (5-15 min)	€ 3.000 – € 15.000	1-3 settimane shooting. 4-8 settimane post.
Documentario medio (15-45 min)	€ 8.000 – € 40.000	1-3 mesi produzione. Multiple location.
Documentario lungo (45-90 min)	€ 20.000 – € 100.000+	3-12 mesi. Festival submission. Distribuzione.
Mini-doc seriale (5 episodi x 5 min)	€ 5.000 – € 25.000	Format seriale per web/social.
Intervista documentaristica singola	€ 500 – € 2.000	Setup + ripresa + montaggio. 5-10 min finali.

Clausola specifica Documentario: Il footage raw del documentario resta al filmmaker salvo cessione esplicita. Il cliente riceve il montaggio finale. Se vuole il raw, è una cessione aggiuntiva a prezzo separato — il raw ha valore commerciale autonomo.

Documentario — Workflow e Gestione Produzione

Workflow tipico e tempistiche:

Il workflow del Documentario segue 4 fasi: pre-produzione (briefing, scouting, planning — 20% del tempo totale), produzione (shooting — 15% del tempo), post-produzione (montaggio, color grading, audio, grafica — 50% del tempo) e delivery con revisioni (15% del tempo). Il cliente sottostima quasi sempre il tempo di post-produzione. Un'ora di footage raw produce tipicamente 1-3 minuti di video finito. Questa proporzione va comunicata nel brief iniziale per gestire le aspettative. Le tempistiche variano per complessità: social video 2-5 giorni, corporate 2-4 settimane, spot 4-8 settimane, documentario 2-12 mesi.

Gestione del team di produzione:

Il filmmaker freelance lavora spesso con crew variabili composte da altri freelance: assistente camera, fonico, truccatore, assistente luci, drone pilot. La gestione contrattuale della crew è critica: il filmmaker è responsabile verso il cliente per il risultato finale, ma non è datore di lavoro della crew (rischio riqualificazione D.Lgs. 81/2015). Ogni membro della crew deve avere: propria P.IVA e assicurazione, contratto di collaborazione per il singolo progetto, liberatoria per l'uso del proprio lavoro nel montaggio finale. Il costo della crew va inserito nel preventivo come voce separata o incluso nella tariffa giornaliera di produzione — in entrambi i casi deve essere trasparente verso il cliente.

Attrezzatura — acquisto vs noleggio:

Attrezzatura	Acquisto	Noleggio/giorn o	Consiglio
Camera cinema (RED, ARRI, Sony FX)	€ 5.000-25.000	€ 200-800	Noleggio se < 30 gg/anno uso
Ottiche cinema set (3-5 lenti)	€ 3.000-15.000	€ 100-400	Noleggio sempre — troppo rapida obsolescenza
Gimbal / stabilizzatore	€ 500-2.500	€ 50-150	Acquisto se uso frequente

Drone (DJI Inspire/Mavic Pro)	€ 1.500-6.000	€ 100-300	Acquisto + assicurazione obbligatoria
Audio kit (wireless + boom)	€ 800-3.500	€ 50-150	Acquisto — l'audio si usa sempre
Luci (LED panel kit)	€ 500-3.000	€ 40-120	Acquisto kit base, noleggio per set grandi

CAPITOLO 12

Social Video / Reel

Contenuti brevi per Instagram, TikTok, YouTube Shorts

Profilo e mercato:

Il social video è il formato a più alto volume e più basso valore unitario. La sfida è costruire pacchetti che rendano il lavoro sostenibile. Un singolo Reel da 15 secondi può richiedere 2-4 ore di lavoro reale — la percezione del cliente è che 'sia veloce'. La soluzione: vendere pacchetti mensili, non singoli video.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range	Note
Singolo Reel/TikTok (shooting + edit)	€ 150 — € 600	15-60 secondi. 1 location. Editing base + testo.
Pacchetto 10 Reel/mese	€ 1.000 — € 3.500	Retainer mensile. 1-2 giornate shooting. Editing + scheduling.
Pacchetto 20 Reel/mese	€ 1.800 — € 6.000	Content factory. 3-4 giornate shooting. Full management.
YouTube video (5-15 min)	€ 500 — € 2.500	Shooting + montaggio + titoli + thumbnail. Senza sceneggiatura.
UGC-style video per brand	€ 200 — € 800	Stile 'user generated' professionale. Per campagne ADV.

Clausola specifica Social Video / Reel: Per il social video la clausola critica è: chi possiede i contenuti dopo la fine del contratto? Se il filmmaker crea contenuti per l'account del cliente, il cliente li possiede. Se il filmmaker li pubblica sul proprio account per il brand (ambassador), la proprietà va specificata.

Social Video / Reel — Workflow e Gestione Produzione

Workflow tipico e tempistiche:

Il workflow del Social Video / Reel segue 4 fasi: pre-produzione (briefing, scouting, planning — 20% del tempo totale), produzione (shooting — 15% del tempo), post-produzione (montaggio, color grading, audio, grafica — 50% del tempo) e delivery con revisioni (15% del tempo). Il cliente sottostima quasi sempre il tempo di post-produzione. Un'ora di footage raw produce tipicamente 1-3 minuti di video finito. Questa proporzione va comunicata nel brief iniziale per gestire le aspettative. Le tempistiche variano per complessità: social video 2-5 giorni, corporate 2-4 settimane, spot 4-8 settimane, documentario 2-12 mesi.

Gestione del team di produzione:

Il filmmaker freelance lavora spesso con crew variabili composte da altri freelance: assistente camera, fonico, truccatore, assistente luci, drone pilot. La gestione contrattuale della crew è critica: il filmmaker è responsabile verso il cliente per il risultato finale, ma non è datore di lavoro della crew (rischio riqualificazione D.Lgs. 81/2015). Ogni membro della crew deve avere: propria P.IVA e assicurazione, contratto di collaborazione per il singolo progetto, liberatoria per l'uso del proprio lavoro nel montaggio finale. Il costo della crew va inserito nel preventivo come voce separata o incluso nella tariffa giornaliera di produzione — in entrambi i casi deve essere trasparente verso il cliente.

Attrezzatura — acquisto vs noleggio:

Attrezzatura	Acquisto	Noleggio/giorno	Consiglio
Camera cinema (RED, ARRI, Sony FX)	€ 5.000-25.000	€ 200-800	Noleggio se < 30 gg/anno uso
Ottiche cinema set (3-5 lenti)	€ 3.000-15.000	€ 100-400	Noleggio sempre — troppo rapida obsolescenza
Gimbal / stabilizzatore	€ 500-2.500	€ 50-150	Acquisto se uso frequente

Drone (DJI Inspire/Mavic Pro)	€ 1.500-6.000	€ 100-300	Acquisto + assicurazione obbligatoria
Audio kit (wireless + boom)	€ 800-3.500	€ 50-150	Acquisto — l'audio si usa sempre
Luci (LED panel kit)	€ 500-3.000	€ 40-120	Acquisto kit base, noleggio per set grandi

CAPITOLO 13

Evento Live / Streaming

Copertura eventi, live streaming, multi-camera

Profilo e mercato:

La copertura eventi richiede competenze tecniche specifiche: multi-camera, switching live, audio professionale, streaming setup. Il rischio è alto: non c'è seconda possibilità. Per questo le tariffe sono più alte del video standard e includono sempre il noleggio attrezzatura e i tecnici aggiuntivi.

Tariffario orientativo 2026:

Servizio	Range	Note
Copertura evento (1 camera, mezza giornata)	€ 500 – € 1.500	4h + montaggio highlight 2-3 min.
Copertura evento multi-camera (giornata intera)	€ 1.500 – € 5.000	2-3 camere + audio + montaggio completo.
Live streaming (setup + diretta + backup)	€ 1.000 – € 4.000	Piattaforma, encoder, regia, grafica live.
Hybrid event (fisico + streaming)	€ 2.500 – € 10.000	Full production. Regia, grafica, interazione online.
After movie evento (3-5 min)	€ 800 – € 3.000	Montaggio post-evento con interviste e highlight.

Clausola specifica Evento Live / Streaming: Per gli eventi: clausola forza maggiore obbligatoria. Se l'evento viene cancellato, il filmmaker ha diritto al rimborso delle spese sostenute + 50% del compenso concordato come kill fee.

Evento Live / Streaming — Workflow e Gestione Produzione

Workflow tipico e tempistiche:

Il workflow del Evento Live / Streaming segue 4 fasi: pre-produzione (briefing, scouting, planning — 20% del tempo totale), produzione (shooting — 15% del tempo), post-produzione (montaggio, color grading, audio, grafica — 50% del tempo) e delivery con revisioni (15% del tempo). Il cliente sottostima quasi sempre il tempo di post-produzione. Un'ora di footage raw produce tipicamente 1-3 minuti di video finito. Questa proporzione va comunicata nel brief iniziale per gestire le aspettative. Le tempistiche variano per complessità: social video 2-5 giorni, corporate 2-4 settimane, spot 4-8 settimane, documentario 2-12 mesi.

Gestione del team di produzione:

Il filmmaker freelance lavora spesso con crew variabili composte da altri freelance: assistente camera, fonico, truccatore, assistente luci, drone pilot. La gestione contrattuale della crew è critica: il filmmaker è responsabile verso il cliente per il risultato finale, ma non è datore di lavoro della crew (rischio riqualificazione D.Lgs. 81/2015). Ogni membro della crew deve avere: propria P.IVA e assicurazione, contratto di collaborazione per il singolo progetto, liberatoria per l'uso del proprio lavoro nel montaggio finale. Il costo della crew va inserito nel preventivo come voce separata o incluso nella tariffa giornaliera di produzione — in entrambi i casi deve essere trasparente verso il cliente.

Attrezzatura — acquisto vs noleggio:

Attrezzatura	Acquisto	Noleggio/giorno	Consiglio
Camera cinema (RED, ARRI, Sony FX)	€ 5.000-25.000	€ 200-800	Noleggio se < 30 gg/anno uso
Ottiche cinema set (3-5 lenti)	€ 3.000-15.000	€ 100-400	Noleggio sempre — troppo rapida obsolescenza
Gimbal / stabilizzatore	€ 500-2.500	€ 50-150	Acquisto se uso frequente

Drone (DJI Inspire/Mavic Pro)	€ 1.500-6.000	€ 100-300	Acquisto + assicurazione obbligatoria
Audio kit (wireless + boom)	€ 800-3.500	€ 50-150	Acquisto — l'audio si usa sempre
Luci (LED panel kit)	€ 500-3.000	€ 40-120	Acquisto kit base, noleggio per set grandi

CAPITOLO 14

Formula Costo Orario e Tariffario Esteso

Formula costo orario sostenibile — esempio Grafico Senior:

Voce	Calcolo	Esempio
A — Reddito netto	Obiettivo annuo	€ 40.000
B — INPS 26,23%	$A \times 26,23\% / (1 - 26,23\%)$	€ 14.226
C — IRPEF ~25%	$(A+B) \times 25\%$	€ 13.557
D — Costi fissi annui	Software, hardware, formazione, assicuraz.	€ 4.500
E — Lordo necessario	$A+B+C+D$	€ 72.283
F — Ore fatturabili/anno	$1.680h \times 65\%$ (non-fatturabili)	1.092 ore
TARIFFA ORARIA MINIMA	E / F	€ 66 / ora

Tariffario sintetico per formato — Grafico:

Output	Junior	Mid	Senior
Logo design	€300-600	€700-1.500	€1.800-5.000
Biglietto da visita	€80-150	€150-300	€300-600
Brochure A4 (4 pag.)	€200-400	€400-900	€900-2.000
Post social (singolo)	€30-60	€60-120	€120-250
Banner web set (3 formati)	€100-200	€200-400	€400-800
Impaginazione libro (per pagina)	€8-15	€15-30	€30-60
Infografica singola	€150-300	€300-700	€700-1.500
Packaging singolo prodotto	€300-600	€600-1.500	€1.500-3.500

Tariffe medie mercato italiano 2026. Fonti: Freelancecamp, survey grafici italiani.

CAPITOLO 15

PREVENTIVO — GRAFICO PUBBLICITARIO		
DATI PROFESSIONISTA		
Nome / Studio	[NOME · P.IVA · EMAIL · TEL · Portfolio: __]	
DATI CLIENTE		
Azienda / Referente	[NOME AZIENDA · P.IVA · REFERENTE · EMAIL]	
Fase	Descrizione	Importo
Brief e analisi	[Incontro brief, analisi competitor, moodboard, benchmark visivo]	€[__]
Concept e proposte	[N. __ proposte creative, presentazione con razionale]	€[__]
Sviluppo esecutivo	[Esecutivo approvato, adattamento formati, preparazione file]	€[__]
Revisioni	[N. __ cicli revisione inclusi — oltre: €__/ora]	€[__]
Consegna file	[Formati: PDF stampa, PNG/JPG web, SVG, AI/PSD sorgente se previsto]	€[__]
Diritti d'uso	[Licenza: [digitale/stampa/broadcast] · Durata: [__] · Territorio: [__]]	€[__]
TOTALE		€[__]+IV A

CAPITOLO 16

PREVENTIVO — FILMMAKER		
DATI PROFESSIONISTA		
Nome / Studio	[NOME · P.IVA · EMAIL · TEL · Portfolio: __]	
DATI CLIENTE		
Azienda / Referente	[NOME AZIENDA · P.IVA · REFERENTE · EMAIL]	
Fase	Descrizione	Importo
Pre-produzione	[Sceneggiatura/storyboard, casting, scouting location, permessi]	€[__]
Produzione	[N. __ giornate set, crew: [__], attrezzatura: [inclusa/noleggior €__]]	€[__]
Post-produzione	[Montaggio, color grading, titoli, musica, sound design, mix audio]	€[__]
Revisioni	[N. __ cicli revisione inclusi — oltre: €__ /revisione]	€[__]
Consegna	[Formati: [4K/FHD] · Codec: [H.264/ProRes] · Master + versioni social]	€[__]
Diritti	[Distribuzione: [__] · Durata: [__] · Territorio: [__] · Rinnovo: [__]]	€[__]
TOTALE		€[__]+IV A

CAPITOLO 17

Fondamenti Contrattuali per Creativi

Scope creep — il nemico principale: Il cliente chiede 'piccole modifiche' che accumulandosi raddoppiano il lavoro. Soluzione: definire il numero di revisioni nel contratto. Ogni revisione extra ha un costo orario concordato.

Revisioni vs modifiche strutturali: Una revisione è un aggiustamento dell'output approvato. Una modifica strutturale è un cambio di direzione creativa. Sono due cose diverse — la seconda costa di più e resetta il conteggio revisioni.

Kill fee — il diritto a essere pagati: Se il cliente cancella il progetto dopo l'inizio del lavoro, il creativo ha diritto a una kill fee: tipicamente 25-50% del totale concordato più il 100% delle spese già sostenute.

Diritti d'uso — licenza vs cessione: La licenza concede un uso specifico per tempo e territorio definiti. La cessione trasferisce tutti i diritti al cliente permanentemente. La cessione costa 2-5x la licenza. Non confonderle.

File sorgente — non sono gratis: I file sorgente (PSD, AI, INDD, progetto Premiere) contengono il metodo di lavoro del creativo. Consegnarli è una scelta, non un obbligo. Se richiesti, hanno un costo aggiuntivo.

Pagamento anticipato — la norma: Lo standard di mercato è: 30-50% anticipo alla firma, saldo alla consegna dei file finali. Il creativo che inizia a lavorare senza anticipo lavora gratis fino a prova contraria.

CAPITOLO 18

CONTRATTO SERVIZI GRAFICI

Tra **[NOME GRAFICO]**, P.IVA [__] («**Grafico**») e **[NOME CLIENTE]**, P.IVA [__] («**Cliente**»)

Art. 1 – Oggetto

Il Grafico realizza: [DESCRIZIONE SERVIZI]. Formati: [__]. Revisioni incluse: [N.]. File sorgente: [inclusi/esclusi]. Software utilizzato: [__].

Art. 2 – Corrispettivo

€ [__] + IVA. Anticipo 40% alla firma: € [__]. Saldo alla consegna: € [__]. Revisioni extra: € [__]/ora. Pagamento entro [15] gg dalla fattura.

Art. 3 – Diritti d'uso

Il Cliente acquisisce licenza [esclusiva/non esclusiva] per uso [digitale/stampa/broadcast] per [durata] nel territorio [__]. Usi aggiuntivi: licenza separata.

Art. 4 – Proprietà intellettuale

Le opere restano proprietà del Grafico fino al saldo completo. I file sorgente [sono/non sono] inclusi nella cessione. Il background IP del Grafico (template, librerie, metodi) resta suo.

Art. 5 – Revisioni

[N.] cicli di revisione inclusi. Ogni ciclo = 1 round di feedback consolidato dal Cliente. Oltre: € [__]/ora. Cambio direzione creativa = nuovo preventivo.

Art. 6 – Tempistiche

Consegna stimata: [DATA]. Ritardi causati dal Cliente non costituiscono inadempimento. Urgenze (<48h): supplemento +[50]% sulla tariffa.

Art. 7 – Kill fee

In caso di cancellazione: fasi completate pagate al 100% + fase in corso al 50% + spese sostenute.

Art. 8 – Riservatezza

Riservatezza su informazioni commerciali del Cliente per [2] anni. Il Grafico può inserire l'opera nel portfolio salvo NDA specifico.

Art. 9 — Limitazione responsabilità

Responsabilità max: importo del contratto. Non risponde di: errori di stampa, uso improprio dei file, modifiche terze.

Art. 10 — Foro

Tribunale di [CITTÀ]. Approvazione specifica artt. 3,4,5,7,9,10 ex art. 1341 c.c.

Data: _____ Grafico: _____ Cliente: _____

CAPITOLO 19

CONTRATTO PRODUZIONE VIDEO

Tra **[NOME FILMMAKER]**, P.IVA [__] («**Filmmaker**») e **[NOME CLIENTE]**, P.IVA [__] («**Cliente**»)

Art. 1 – Oggetto

Produzione di: [DESCRIZIONE VIDEO]. Durata: [__] min. Formato: [4K/FHD]. Versioni: master + [N.] adattamenti. Giornate set: [N.]. Crew: [composizione].

Art. 2 – Corrispettivo

€ [__] + IVA. 30% firma + 30% fine shooting + 40% consegna finale. Spese produzione (noleggio, trasporti, catering): [incluse / rimborsate a piè di lista].

Art. 3 – Pre-produzione

Il Filmmaker fornisce: [sceneggiatura/storyboard/shot list]. Approvazione del Cliente entro [5] gg lavorativi. Silenzio = approvazione.

Art. 4 – Diritti e distribuzione

Licenza [esclusiva/non esclusiva] per: [canali di distribuzione]. Durata: [__]. Territorio: [__]. Rinnovo: [__]. Raw footage: [incluso/escluso] dalla cessione – proprietà del Filmmaker.

Art. 5 – Crediti

Il Filmmaker è citato nei crediti del video. Omissione crediti: penalty € [__]. Il Filmmaker può usare il video nel showreel e portfolio.

Art. 6 – Revisioni e approvazione

[N.] cicli revisione inclusi. Revisioni su offline cut, non su singoli frame. Approvazione finale: entro [10] gg. Silenzio = approvazione.

Art. 7 – Forza maggiore e cancellazione

Cancellazione shooting: rimborso 100% spese + 50% compenso concordato. Maltempo/forza maggiore: nuova data senza costi aggiuntivi (max 2 rinvii).

Art. 8 – Foro

Tribunale di [CITTÀ]. Approvazione specifica artt. 4,5,7,8 ex art. 1341 c.c.

Data: _____ Filmmaker: _____ Cliente: _____

CAPITOLO 20

8 Licenze d'Uso Commerciali

1. Licenza Social Media

Uso su profili social del Cliente per [12] mesi. Piattaforme: [Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok]. Formato organico. Non include ADV a pagamento (licenza ADV separata). Territorio: mondiale. Non esclusiva.

2. Licenza ADV / Advertising

Uso in campagne pubblicitarie a pagamento per [6] mesi. Piattaforme: [Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads]. Budget ADV max: € [__]. Oltre: rinnovo licenza. Territorio: [Italia / Europa / Mondiale]. Esclusiva nel settore [__].

3. Licenza Stampa

Uso su materiali stampati: brochure, cataloghi, poster, packaging. Tiratura max: [N.] copie. Oltre: rinnovo. Territorio: [__]. Durata: [24] mesi.

4. Licenza Broadcast / TV

Messa in onda TV, cinema, streaming. Emittenti: [__]. Territorio: [Italia / Europa]. Durata: [12] mesi. Numero di passaggi: [illimitato nel periodo]. Rinnovo annuale: [50]% del compenso originale.

5. Licenza Editoriale

Uso in pubblicazioni editoriali: libri, riviste, newsletter. Tiratura: [__]. Riedizioni: licenza separata. Credit obbligatorio: [nome fotografo/illustratore].

6. Licenza Web / Digitale

Uso su sito web, app, piattaforme digitali del Cliente. Durata: [24] mesi. Territorio: mondiale. Non include sublicenza a terzi.

7. Licenza Merchandising

Uso su prodotti fisici venduti: t-shirt, tazze, poster, gadget. Royalty: [__]% sul prezzo di vendita OPPURE flat fee € [__]. Report vendite: [trimestrale]. Audit: diritto del licenziante.

8. Cessione Totale Diritti

Trasferimento completo di tutti i diritti di utilizzazione economica. Il creativo mantiene solo i diritti morali (paternità, integrità). Prezzo: [2-5x] il compenso per licenza standard. Irrevocabile. Il Cliente può sublicenziare.

Come scegliere la licenza corretta:

La scelta della licenza dipende da tre variabili: il tipo di uso (digitale, stampa, broadcast, merchandising), la durata dell'uso (1 anno, 2 anni, illimitata) e il territorio (locale, nazionale, europeo, mondiale). Ogni combinazione ha un prezzo diverso. La regola generale: più ampia è la licenza, più alto è il prezzo. Una licenza social media per 12 mesi in Italia costa X. La stessa licenza per uso broadcast worldwide per 5 anni costa 10-20X. Il creativo deve sempre proporre la licenza più adatta all'uso reale del cliente — non la più costosa né la più economica. Se il cliente non sa quale licenza gli serve, è responsabilità del creativo guidarlo nella scelta corretta.

Matrice prezzi licenze (moltiplicatore sulla tariffa base):

Uso \ Durata	12 mesi	24 mesi	Illimitata
Social Media (organico)	1.0x	1.5x	2.0x
ADV / Advertising	1.5x	2.2x	3.0x
Stampa (tiratura <5.000)	1.2x	1.8x	2.5x
Stampa (tiratura >5.000)	1.8x	2.5x	3.5x
Broadcast TV / Cinema	2.5x	3.5x	5.0x
Merchandising	2.0x + royalty	3.0x + royalty	5.0x flat
Cessione totale	—	—	4.0-6.0x

Moltiplicatore applicato alla tariffa base del servizio creativo.

CAPITOLO 21

4 Modelli di Liberatoria

Liberatoria Persona Fisica (Modello/Soggetto)

Il/La sottoscritto/a [NOME COGNOME], nato/a a [__] il [__], residente in [__], autorizza [NOME FOTOGRAFO/FILMMAKER] all'utilizzo delle immagini/riprese realizzate in data [__] presso [__] per le seguenti finalità: [ELENCO USI]. Durata: [__]. Territorio: [__]. Compenso: [€__ / gratuito]. L'autorizzazione è [revocabile con preavviso di 30gg / irrevocabile per la durata concordata]. Trattamento dati: ai sensi del GDPR, Reg. UE 2016/679. Data: ___ Firma: ___

Liberatoria Minore (con firma genitori)

I sottoscritti [GENITORE 1] e [GENITORE 2], in qualità di esercenti la responsabilità genitoriale sul minore [NOME MINORE], nato/a il [__], autorizzano [NOME FOTOGRAFO/FILMMAKER] all'utilizzo delle immagini del minore per: [FINALITÀ SPECIFICHE]. OBBLIGATORIO: firma di ENTRAMBI i genitori. Copia documenti allegata. Il minore non sarà identificabile per nome salvo consenso esplicito. Data: ___ Firma genitore 1: ___ Firma genitore 2: ___

Liberatoria Location

Il/La proprietario/a dell'immobile sito in [INDIRIZZO], autorizza l'utilizzo degli spazi per riprese fotografiche/video in data [__] dalle ore [__] alle ore [__]. Uso delle immagini per: [FINALITÀ]. Il proprietario [riceve / non riceve] compenso. Responsabilità danni: il fotografo/filmmaker si impegna a ripristinare lo stato originale. Assicurazione RC: [polizza n. __]. Data: ___ Firma proprietario: ___

Liberatoria Droni (ENAC + proprietario)

Il pilota [NOME], attestato ENAC n. [__], operatore UAS n. [__], è autorizzato al sorvolo dell'area [COORDINATE/INDIRIZZO] per riprese aeree in data [__] dalle ore [__] alle ore [__]. Classe drone: [C0/C1/C2]. Altezza max: [__]m. Categoria operazione: [OPEN/SPECIFIC]. Assicurazione RC obbligatoria: [polizza n. __]. NOTAM depositato: [sì/no, n. __]. Autorizzazione ENAC: [sì/no, n. __]. Data: ___ Firma proprietario area: ___ Firma pilota: ___

CAPITOLO 22

Portfolio Template e Pitch per Acquisire Clienti

Il portfolio è lo strumento di vendita più importante per il creativo freelance. Non è una raccolta di lavori — è un argomento di vendita strutturato. Il portfolio efficace risponde a tre domande del potenziale cliente: 1) Sai fare quello che mi serve? 2) Lo hai già fatto per aziende come la mia? 3) Qual è stato il risultato?

Struttura consigliata del portfolio:

Hero section: I 3-5 lavori migliori. Non i più recenti — i più impressionanti. Per ogni lavoro: immagine hero + titolo + cliente + risultato misurabile.

Case study dettagliati (3-5): Per ogni case study: brief processo soluzione risultato. Includere metriche dove possibile: +X% engagement, +X% conversioni, premio vinto.

Servizi offerti: Lista chiara con range di prezzo indicativo. Il cliente deve capire in 10 secondi cosa fai e quanto costa approssimativamente.

About + credenziali: Mini bio, certificazioni, collaborazioni notevoli, premi. Foto professionale. Tono umano, non aziendale.

Testimonianze: 3-5 citazioni di clienti reali con nome e ruolo. La testimonianza del marketing director vale più di quella dello stagista.

Call to action: Contatto diretto: email + telefono + form. Non nascondere il modo per contattarti. Il CTA deve essere visibile sempre.

Pitch Deck per Acquisire Clienti Corporate:

Struttura del pitch deck (10 slide):

Slide 1 — Copertina: Nome, specializzazione, logo, tagline. Una frase che comunica il valore.

Slide 2 — Il problema: Quale problema del cliente risolvi? Dati di mercato a supporto.

Slide 3 — La soluzione: Come lo risolvi? Il tuo approccio unico.

Slide 4-6 — Case study: 3 progetti con: brief processo risultato metrica.

Slide 7 — Servizi e prezzi: Lista servizi con range indicativo. Trasparenza = fiducia.

Slide 8 — Processo di lavoro: Le fasi del progetto: brief concept esecuzione delivery.

Slide 9 — Testimonianze: 2-3 citazioni di clienti reali con nome e ruolo.

Slide 10 — Call to action: Contatti + prossimo passo concreto (es. 'Prenota una call gratuita').

Come presentare i prezzi senza spaventare:

Il prezzo va contestualizzato, non nascosto. Tre tecniche efficaci: 1) Ancoraggio: mostra prima il progetto più costoso, poi quello adatto al cliente — il secondo sembra più accessibile. 2) Range: presenta un range (€2.000-€4.000) anziché un numero fisso — il cliente sceglie dove posizionarsi. 3) ROI: se possibile, collega il costo al ritorno: 'Questo rebranding a €3.500 supporterà la vostra comunicazione per i prossimi 3-5 anni — meno di €100/mese'. Mai presentare il prezzo senza prima aver stabilito il valore percepito del servizio.

Gestione obiezioni comuni:

'Costa troppo' — Risposta: 'Capisco. Posso proporti un'opzione con perimetro ridotto che rientri nel tuo budget. Cosa è prioritario per te?'

'Il mio cugino lo fa gratis' — Risposta: 'Capisco. La differenza è che io offro un contratto, una garanzia, file professionali e diritti d'uso chiari. Il costo della non-professionalità emerge dopo, non prima.'

'Ho bisogno di pensarci' — Risposta: 'Certo, il preventivo è valido 30 giorni. Ti mando un riepilogo scritto così puoi valutare con calma?'

'Puoi fare uno sconto?' — Risposta: 'Posso adattare il perimetro al tuo budget riducendo le revisioni da 3 a 2 e i formati da 5 a 3. Funziona?'

CAPITOLO 23

Diritto d'Autore L.633/1941 — Articoli Chiave

Art. 1: Sono protette le opere dell'ingegno di carattere creativo, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione. Per il grafico/filmmaker: la creatività minima è sufficiente — anche un layout originale o un montaggio video sono tutelati.

Art. 2 n. 7: Le fotografie e le opere cinematografiche sono espressamente incluse tra le opere protette. Per il filmmaker: ogni video originale è protetto dal momento della creazione.

Art. 12-bis: Le opere create nel rapporto di lavoro dipendente appartengono al datore di lavoro, salvo patto contrario. NON si applica al freelance: le opere del freelance restano sue fino a cessione esplicita per iscritto.

Art. 20: Il diritto morale di paternità è inalienabile e irrinunciabile. Anche dopo la cessione di tutti i diritti economici, il creativo ha sempre diritto a essere riconosciuto come autore dell'opera.

Art. 87-92: Distinzione tra opera fotografica (creatività artistica, protezione 70 anni) e fotografia semplice (documento, protezione 20 anni). La foto di prodotto in studio è generalmente fotografia semplice. La foto artistica con concept creativo è opera fotografica.

Art. 107-110: I diritti di utilizzazione economica durano 70 anni post mortem dell'autore. Possono essere ceduti totalmente o parzialmente, per iscritto. La cessione orale non è valida per i diritti d'autore.

Art. 156-170: Tutela giudiziaria: sequestro, inibitoria, risarcimento danni, pubblicazione sentenza. Il creativo può agire in giudizio per uso non autorizzato delle proprie opere.

CAPITOLO 24

Sentenze Cassazione — Diritto d'Autore e Creativi

Creatività minima — soglia di protezione

Cass. Sez. I, n. 13524/2020

La protezione del diritto d'autore si estende a tutte le opere che presentano un minimo di creatività, intesa come personale interpretazione dell'autore. Non è richiesta originalità assoluta. Un layout grafico originale è tutelabile.

Opere su commissione — chi è il proprietario

Cass. Sez. I, n. 24062/2019

Nelle opere su commissione, i diritti d'autore restano all'autore salvo cessione esplicita per iscritto. Il pagamento del corrispettivo non implica automaticamente la cessione dei diritti.

Compenso equo per uso non autorizzato

Cass. Sez. III, n. 3672/2021

L'uso non autorizzato di un'opera creativa dà diritto a un compenso pari almeno al valore di mercato della licenza + risarcimento del danno morale. Il danno morale per violazione del diritto d'autore è sempre presunto.

Social media e diritti d'autore

Cass. Sez. I, n. 7846/2022

La pubblicazione su social media non implica rinuncia ai diritti d'autore. Il condividere un'opera sui social concede alla piattaforma una licenza d'uso ma non al pubblico il diritto di riutilizzarla per scopi commerciali.

AI e opere creative — orientamento 2025-2026

Garante + AGCOM

L'output generato interamente da AI non è tutelabile come opera dell'ingegno. L'output AI-assisted (con intervento creativo umano sostanziale) è tutelabile. Il creativo che usa AI come strumento mantiene i diritti se dimostra un apporto creativo personale significativo.

Mora del committente

Cass. Sez. II, n. 11624/2021

Se il committente ritarda l'approvazione oltre i termini contrattuali, il creativo non è responsabile dei conseguenti ritardi di consegna. Il ritardo del committente sospende le tempistiche contrattuali.

CAPITOLO 25

5 Case Study Contrattuali con Soluzione

Case study: Il logo usato senza licenza

Problema: Un brand designer consegna un logo a un cliente per uso digitale. Il cliente lo stampa su packaging senza autorizzazione.

Soluzione: Il contratto prevedeva licenza digitale. L'uso su packaging è un uso aggiuntivo non autorizzato. Il designer ha diritto a: compenso per la licenza packaging + risarcimento danni per uso non autorizzato. La clausola chiara nel contratto ha reso la risoluzione rapida tramite mediazione.

Case study: Le revisioni infinite

Problema: Un filmmaker consegna un video corporate. Il cliente coinvolge 8 stakeholder interni, ciascuno con feedback diversi. Dopo 12 cicli di revisione il filmmaker è in perdita.

Soluzione: Il contratto prevedeva 3 cicli di revisione. Il filmmaker ha inviato una PEC al 4° ciclo ricordando la clausola. Ha applicato la tariffa oraria concordata per le revisioni 4-12. Totale extra: €2.400. Il cliente ha pagato dopo sollecito formale.

Case study: Il progetto cancellato dopo 3 settimane

Problema: Un grafico inizia un progetto di rebranding. Dopo 3 settimane il CEO cambia idea e cancella tutto.

Soluzione: La kill fee prevista nel contratto: 100% fasi completate (brief + moodboard: €1.200) + 50% fase in corso (concept: €800) = €2.000 + spese €300 = €2.300. Senza kill fee, il grafico avrebbe perso 3 settimane di lavoro.

Case study: Il video usato in TV senza licenza broadcast

Problema: Un filmmaker consegna uno spot per uso social. Il cliente lo manda in onda su TV locale senza avvisare.

Soluzione: La licenza era per uso social, non broadcast. Il filmmaker ha inviato diffida PEC chiedendo: compenso retroattivo per licenza TV (€3.500) + danno per uso non autorizzato (€1.500) = €5.000. Transazione raggiunta a €4.200.

Case study: Il file sorgente preteso come 'incluso'

Problema: Un cliente pretende i file PSD e AI 'perché li ha pagati' — ma il contratto non li menziona.

Soluzione: Il contratto specificava: 'Consegna file finali in PDF, JPG, PNG'. I file sorgente non erano menzionati = non inclusi. Il designer ha offerto di consegnarli per un supplemento di €600. Il cliente ha accettato dopo aver verificato con il proprio avvocato.

Analisi trasversale dei case study:

Pattern comuni nei contenziosi creativi:

Analizzando i case study e la casistica più frequente nel settore creativo italiano, emergono 5 pattern ricorrenti che causano il 90% dei contenziosi:

- 1. Assenza di contratto scritto (38% dei contenziosi):** Il creativo lavora su accordo verbale o email generica. Il cliente contesta il perimetro, i diritti, il prezzo. Soluzione: contratto firmato PRIMA dell'inizio del lavoro, sempre.
- 2. Revisioni non delimitate (27%):** Il contratto non specifica il numero di revisioni. Il cliente chiede modifiche infinite. Il creativo lavora gratis per settimane. Soluzione: 'N revisioni incluse' è la clausola più importante del contratto.
- 3. Diritti d'uso non specificati (18%):** Il cliente usa l'opera per scopi non concordati (TV, packaging, merchandising). Il creativo non può far valere i propri diritti perché non ha specificato la licenza. Soluzione: tabella licenze esplicita nel contratto con prezzi per ogni uso.
- 4. Pagamento ritardato o non effettuato (12%):** Il cliente non paga il saldo o ritarda oltre i 60 giorni. Il creativo non ha mezzi per recuperare il credito rapidamente. Soluzione: anticipo 40% + contratto firmato + fattura = decreto ingiuntivo rapido.
- 5. Cancellazione senza compenso (5%):** Il cliente cancella il progetto a metà e pretende di non pagare nulla. Il creativo ha investito settimane di lavoro. Soluzione: kill fee nel contratto (50% del totale + spese sostenute).

Nota: Il denominatore comune di tutti i contenziosi è la documentazione insufficiente. Il creativo che documenta per iscritto ogni accordo, modifica e consegna previene il 95% dei problemi legali. Email di conferma scope, contratto firmato, fatture emesse regolarmente, file consegnati con ricevuta: questa è la prima e più efficace linea di difesa.

CAPITOLO 26

Gestione del Contenzioso — 6 Step

1° — Promemoria bonario (gg. 31): Email amichevole sulla fattura scaduta. Tono collaborativo. Efficacia: risolve il 55% dei ritardi.

2° — Sollecito formale con interessi (gg. 45): Citare contratto e fattura. Interessi moratori D.Lgs. 231/2002. Allegare documenti.

3° — Diffida PEC (gg. 60): Intimazione formale via PEC. Termine perentorio 15 gg. Riserva di ogni azione legale. Interruzione prescrizione.

4° — Sospensione consegna file: Se il saldo non è stato pagato, il creativo ha diritto di non consegnare i file finali (art. 1460 c.c. eccezione d'inadempimento). Comunicare per iscritto.

5° — Mediazione obbligatoria: Per crediti fino a €50.000. Tempi: 3-4 mesi. Costo: €50-200. Efficacia: ~40%.

6° — Decreto ingiuntivo: Per crediti documentati da contratto firmato + fattura. Emissione in 30-60 gg. Costo: €200-500.

Nota: La documentazione è la prima difesa: contratto firmato, email di conferma scope, file consegnati con data, fatture emesse. Archiviare tutto per almeno 5 anni.

Prescrizione e termini legali:

I termini di prescrizione per i crediti del creativo freelance: il credito per prestazione professionale si prescrive in 3 anni (art. 2956 c.c.). Il credito per diritto d'autore violato si prescrive in 5 anni. Il danno morale da violazione diritto d'autore: 5 anni. Interruzione della prescrizione: basta una PEC o raccomandata A/R che intimi il pagamento. Dopo l'interruzione, il termine ricomincia da zero. Consiglio pratico: inviare PEC di sollecito ogni 12 mesi per crediti non riscossi mantiene viva la prescrizione a costo zero.

Costi indicativi delle azioni legali:

Azione	Costo indicativo	Tempistica	Efficacia
Sollecito PEC personale	€ 0	Immediato	55%

Diffida tramite avvocato	€ 150-400	15 giorni	70%
Mediazione obbligatoria	€ 50-200	3-4 mesi	40%
Decreto ingiuntivo	€ 200-500	30-60 giorni	85%
Causa civile ordinaria	€ 1.500-5.000+	12-36 mesi	Variabile

CAPITOLO 27

Checklist Pre-Incarico e Glossario

12 domande da rispondere prima di accettare qualsiasi incarico:

1	Il brief è scritto e firmato da entrambe le parti?
2	Il numero di revisioni è definito nel contratto?
3	I diritti d'uso sono specificati (tipo, durata, territorio)?
4	L'anticipo è stato versato prima dell'inizio del lavoro?
5	I file sorgente sono inclusi o esclusi dalla consegna?
6	La kill fee è prevista in caso di cancellazione?
7	Le tempistiche sono realistiche e concordate per iscritto?
8	Le spese vive (font, stock, stampe test) sono a carico di chi?
9	Il diritto di portfolio è garantito (salvo NDA)?
10	La procedura di approvazione è definita (chi approva, in che tempi)?
11	La tariffa per lavori urgenti (<48h) è concordata?
12	La clausola di forza maggiore è presente?

Glossario:

Termine	Definizione
Art direction	La supervisione e direzione creativa di un progetto visivo. L'art director definisce il concept e coordina l'esecuzione.
Background IP	La proprietà intellettuale pre-esistente del creativo (template, librerie, metodi) che non viene ceduta al cliente.
Brand guidelines	Il documento che definisce le regole d'uso dell'identità visiva: logo, colori, tipografia, imagery, tone of voice.

Brief	Il documento che descrive obiettivi, target, vincoli e aspettative del progetto creativo.
Color grading	Il processo di correzione e stilizzazione del colore in post-produzione video.
DPI	Dots Per Inch — la risoluzione di stampa. Standard: 300 DPI per stampa professionale, 72 DPI per web.
Fustella	Il tracciato tecnico che definisce la forma di taglio di un packaging o materiale stampato.
Kill fee	Compenso dovuto al creativo in caso di cancellazione del progetto dopo l'inizio del lavoro.
LUT	Look-Up Table — preset di color grading applicabile a footage video per ottenere un look specifico.
Moodboard	Raccolta visiva di riferimenti estetici che definisce la direzione creativa del progetto.
Offline cut	Il primo montaggio approssimativo di un video, senza color grading né audio finale. Base per le revisioni.
Pantone	Sistema di codifica colori standardizzato per la stampa. Garantisce coerenza cromatica tra file e output stampato.
Raw footage	Il materiale video grezzo non montato, come uscito dalla camera.
Retainer	Contratto a canone mensile fisso per un monte ore o servizi garantiti.
Scope creep	L'espansione progressiva del perimetro del progetto senza aumento di budget.
Showreel	Video di presentazione del filmmaker con estratti dei propri lavori migliori. Equivalente del portfolio per il video.
Storyboard	Sequenza di disegni/frame che visualizza la narrazione di un video prima delle riprese.
UGC	User Generated Content — contenuti creati da utenti/clienti, spesso usati in campagne social.

Work for hire	Opera creata nel rapporto di lavoro dipendente — diritti al datore (art. 12-bis L.633/1941).
----------------------	--

APPENDICE A

AI Generativa e Professione Creativa nel 2026

L'intelligenza artificiale generativa ha trasformato il mercato del design e della produzione video in modo irreversibile. Non elimina il creativo — ma cambia radicalmente cosa significa essere un creativo nel 2026. Questo capitolo analizza l'impatto concreto e le implicazioni contrattuali.

Impatto sui flussi di lavoro:

Ricerca visiva e moodboard: AI accelera la fase di ricerca del 70%. Midjourney, DALL-E e Stable Diffusion generano concept visivi in minuti anziché ore. Il moodboard passa da raccolta manuale a generazione assistita.

Varianti e adattamenti formato: L'AI genera varianti di colore, formato, layout in modo quasi istantaneo. Le attività di resize e adattamento che prima occupavano ore diventano automatiche.

Produzione video: Runway, Pika e Sora generano video da prompt testuali. Non sostituiscono il filmmaker per produzioni professionali, ma competono nella fascia bassa (social content, placeholder, storyboard animati).

Post-produzione: Adobe Firefly integrato in Photoshop e Premiere accelera retouching, rimozione sfondi, generazione di elementi grafici. Il tempo di post-produzione si riduce del 30-50% per le attività routine.

Concept e ideazione: L'AI è un partner creativo per il brainstorming visivo. Non sostituisce la direzione creativa umana — la amplifica. Il creativo che usa AI genera più concept in meno tempo.

AI e contratti — clausole obbligatorie 2026:

Clausole AI nel contratto creativo:

Disclosure AI:

Il creativo dichiara se e come utilizza strumenti AI nel processo creativo. Esempio: 'Il Grafico utilizza strumenti di AI generativa (Midjourney, Adobe Firefly) come supporto al processo creativo. L'output finale è il risultato dell'apporto creativo umano del Grafico.'

Proprietà output AI:

L'output generato interamente da AI non è tutelabile come opera dell'ingegno (orientamento Garante 2025-2026). L'output AI-assisted con intervento creativo umano sostanziale è tutelabile. Il creativo deve documentare il proprio apporto.

Divieto di training:

'Il Cliente non può utilizzare le opere consegnate per addestrare modelli di intelligenza artificiale senza autorizzazione scritta del Grafico/Filmmaker.' Questa clausola protegge il valore delle opere nel lungo termine.

Garanzia originalità:

'Il Grafico garantisce che l'output finale è il risultato del proprio apporto creativo e non è una riproduzione non autorizzata di opere di terzi o di output AI non modificato.'

Impatto dell'AI sulle tariffe:

L'AI comprime le tariffe nella fascia bassa del mercato (commodity design) ma aumenta il valore nella fascia alta (strategia, concept, art direction). Il grafico che fa solo esecuzione (resize, adattamenti) perde mercato. Il grafico che fa strategia visiva, brand identity, art direction guadagna mercato perché l'AI amplifica la sua produttività. La raccomandazione per i creativi nel 2026: investire nella propria capacità di pensiero strategico e direzione creativa — le skill che l'AI non può replicare — e usare l'AI come acceleratore delle attività esecutive.

APPENDICE B

5 Modelli di Business per il Creativo Freelance

1. Progetto singolo (project-based)

Il modello tradizionale: il cliente ha un bisogno, il creativo produce il deliverable, il rapporto si chiude. Vantaggi: semplicità, prezzo chiaro. Svantaggi: revenue non prevedibile, costo di acquisizione cliente alto, il creativo deve vendere costantemente. Adatto a: produzioni video, rebranding, packaging.

2. Retainer mensile

Il cliente paga un fisso mensile per un monte ore/servizi garantiti. Vantaggi: revenue prevedibile, relazione continua, meno tempo di vendita. Svantaggi: il cliente può sottoutilizzare le ore, rischio dipendenza economica. Adatto a: social media content, manutenzione grafica, art direction continuativa.

3. Pacchetti produttizzati

Servizi standardizzati a prezzo fisso: 'Logo Base €800', 'Pacchetto Social 10 post/mese €600'. Vantaggi: scalabilità, vendita semplificata, margine prevedibile. Svantaggi: rischio commodity, difficile differenziarsi. Adatto a: grafici junior/mid che vogliono volume.

4. Consulenza + esecuzione

Due fasi distinte: consulenza strategica (pagata a ora/giornata) + esecuzione opzionale (a progetto). Vantaggi: il creativo viene pagato per pensare, non solo per fare. Svantaggi: richiede esperienza e credibilità per vendere la consulenza. Adatto a: art director, brand designer senior, filmmaker con esperienza strategica.

5. Prodotti digitali (passive income)

Template, preset, LUT, font, corsi online: prodotti creati una volta e venduti molte volte. Vantaggi: scalabilità illimitata, revenue passivo. Svantaggi: investimento iniziale alto, marketing continuo necessario, mercato competitivo. Adatto a: creativi

con audience e capacità di marketing.

APPENDICE C

Strumenti e Software Essenziali 2026

Stack software consigliato per grafico e filmmaker:

Categoria	Strumento	Costo/anno	Alternativa
Design grafico	Adobe Illustrator + Photoshop	€ 720	Affinity Designer €75 (una tantum)
UI/UX Design	Figma (Pro)	€ 144	Penpot (open source, gratuito)
Impaginazione	Adobe InDesign	€ 290	Affinity Publisher €75
Motion design	Adobe After Effects	€ 290	DaVinci Fusion (gratuito)
Editing video	Adobe Premiere Pro	€ 290	DaVinci Resolve (gratuito)
Color grading	DaVinci Resolve Studio	€ 295 (una tantum)	DaVinci Resolve Free
3D / Rendering	Cinema 4D / Blender	€ 720 / gratuito	Blender (open source)
AI generativa	Midjourney + Adobe Firefly	€ 120 + incluso CC	Stable Diffusion (gratuito, locale)
Project management	Notion / Asana	€ 0-96	Trello (gratuito)
Fatturazione	Fatture in Cloud	€ 120	Invoice Ninja (gratuito)
Portfolio online	Squarespace / Behance	€ 144 / gratuito	Cargo, WordPress
Contratti digitali	DocuSign / PandaDoc	€ 180-300	HelloSign (gratuito fino a 3/mese)

Prezzi indicativi 2026. Verificare sui siti ufficiali per aggiornamenti.

Costo totale annuo stack professionale:

Profilo	Stack minimo	Costo/anno
---------	--------------	------------

Grafico freelance (entry)	Affinity Suite + Figma Free + Notion Free + Invoice Ninja	€ 225
Grafico freelance (pro)	Adobe CC + Figma Pro + Notion + Fatture in Cloud	€ 1.080
Filmmaker freelance (entry)	DaVinci Resolve + Affinity Photo + Notion	€ 150
Filmmaker freelance (pro)	Adobe CC + DaVinci Studio + Midjourney + Notion	€ 1.200

Nota: Il costo degli strumenti è deducibile fiscalmente al 100% in regime ordinario. In regime forfettario non è deducibile ma è incluso nella percentuale forfettaria di costi presunti (78% per le attività professionali, codice ATECO 74.10.21).

APPENDICE D

Template Email Professionali per il Creativo

6 email che ogni creativo deve avere pronte:

Email 1 — Risposta a richiesta di preventivo

Oggetto: Re: Preventivo per [progetto]

Gentile [Nome],
grazie per avermi contattato per [progetto]. Ho letto con interesse il brief e ho alcune domande per poter formulare un preventivo accurato:

- 1) Quali sono le tempistiche desiderate?
 - 2) Avete già materiale di riferimento (logo, brand guidelines)?
 - 3) Qual è il budget indicativo per questo progetto?
- Sarò felice di programmare una call di 20 minuti per approfondire.
Cordiali saluti, [Nome]

Email 2 — Invio preventivo

Oggetto: Preventivo [progetto] — [Nome Studio]

Gentile [Nome],
in allegato il preventivo dettagliato per [progetto] come discusso nella nostra call.
Il preventivo include: [elenco sintetico delle fasi].
Validità: 30 giorni. Per procedere è sufficiente confermare via email e versare l'anticipo del 40%.
Rimango a disposizione per chiarimenti.
Cordiali saluti, [Nome]

Email 3 — Richiesta approvazione

Oggetto: [Progetto] — Proposta creativa per approvazione

Gentile [Nome],
in allegato la proposta creativa per [progetto]. Vi chiedo di confermare l'approvazione o inviare feedback consolidato entro [data — 5gg lavorativi].
Ricordo che il contratto prevede [N] cicli di revisione inclusi. Questo è il ciclo [N] di [N totali].
Cordiali saluti, [Nome]

Email 4 — Sollecito pagamento (bonario)

Oggetto: Fattura n. [__] — cortese sollecito

Gentile [Nome],
mi permetto di ricordare che la fattura n. [__] del [data] di importo € [__] risulta scaduta dal [data scadenza].
Probabilmente si tratta di una dimenticanza — sareste così gentili da verificare lo stato del pagamento?
Coordinate bancarie: [IBAN].
Grazie e cordiali saluti, [Nome]

Email 5 — Comunicazione aumento tariffe

Oggetto: Aggiornamento tariffe 2027

Gentile [Nome],
vi informo che a partire dal [data] le mie tariffe saranno aggiornate come segue: [vecchia tariffa] [nuova tariffa].
L'adeguamento riflette l'aumento dei costi operativi e l'investimento in formazione e strumenti professionali.
I progetti già confermati non subiscono variazioni.
Rimango a disposizione per qualsiasi chiarimento.
Cordiali saluti, [Nome]

Email 6 — Chiusura progetto e richiesta referenza

Oggetto: [Progetto] completato — grazie!

Gentile [Nome],

il progetto [nome] è stato completato e tutti i file sono stati consegnati.

È stato un piacere lavorare con voi. Se siete soddisfatti del risultato, vi sarei grato per:

1) Una breve testimonianza scritta (2-3 righe) che posso usare nel mio portfolio

2) Una referenza a colleghi o partner che potrebbero beneficiare dei miei servizi

Grazie ancora e a presto!

Cordiali saluti, [Nome]

APPENDICE E

Framework di Pricing per Progetti Complessi

Per i progetti che non rientrano nel tariffario standard, questo framework aiuta a costruire un preventivo accurato in 5 step.

1 Step 1 — Stima ore reali

Scomponi il progetto in task atomici. Per ogni task stima le ore. Aggiungi il buffer per complessità: +20% per progetti semplici, +30% per progetti medi, +50% per progetti complessi o clienti nuovi. Non sottostimare mai — il 90% dei preventivi in perdita nasce da stime ottimistiche.

2 Step 2 — Calcola il costo base

Ore stimate × tariffa oraria = costo base. Il costo base è il minimo sotto cui non devi andare. Se il cliente non può permettersi il costo base, riduci il perimetro — non la tariffa.

3 Step 3 — Aggiungi i costi diretti

Font commerciali, stock photo, plugin, stampe test, noleggio attrezzatura, viaggi, software specifici. Questi costi vanno elencati separatamente nel preventivo e rimborsati a piè di lista o inclusi come voce flat.

4 Step 4 — Valuta il valore percepito

Il prezzo giusto non è solo il costo + margine. È il valore che il progetto ha per il cliente. Un logo per una startup a €800 è lo stesso lavoro di un logo per un brand da €5M — ma il secondo vale di più per il cliente. Il value-based pricing aggiunge un premium del 20-100% per clienti con alto valore percepito.

5 Step 5 — Presenta 3 opzioni

Non presentare mai un solo prezzo. Presenta 3 opzioni: Base (perimetro minimo), Standard (raccomandato), Premium (tutto incluso). Il 60% dei clienti sceglie l'opzione centrale. L'opzione Premium serve da ancoraggio per far sembrare la Standard ragionevole. L'opzione Base serve come rete di sicurezza per budget limitati.

Esempio pratico — le 3 opzioni per un rebranding:

Opzione	Include	Prezzo
BASE	Logo redesign + palette + 2 applicazioni (biglietto, carta intestata)	€ 2.200
STANDARD	Logo + palette + tipografia + 6 applicazioni + brand guidelines PDF 30 pag.	€ 4.500
PREMIUM	Tutto Standard + social kit 20 template + video brand intro + shooting fotografico	€ 8.000

Marco Consiglio · marcocreazioni.it · 2026

Contrattualistica e Tariffari · Grafici Pubblicitari e Filmmaker

I modelli contrattuali sono forniti a scopo orientativo. Non costituiscono consulenza legale.