

Il prezzo del design

Da Maria del Pilar Rovira Serrano

Una selezione di opzioni e parametri per calcolare il prezzo di un progetto di design.

Non è la prima volta che FOROALFA affronta la questione del prezzo del design¹ e della chiara differenza tra prezzo e valore.² In effetti, questo è un aspetto di vitale importanza per i designer, poiché, oltre a fare un ottimo lavoro, la fattibilità del loro progetto commerciale dipende in gran parte da questo fattore. In un modo molto semplice, al momento della definizione del prezzo, i designer possono scegliere una di queste tre opzioni:

- Un prezzo minimo, che sono i costi dell'organizzazione, fissi e variabili.
- Un prezzo massimo, che è ciò che il cliente è disposto a pagare.
- Un prezzo di riferimento medio, che è quello che la concorrenza addebita per un lavoro simile.

Anche così, tutto è negoziabile, ma accettare un prezzo inferiore ai costi significa necessariamente rivedere le spese di progettazione dello studio del design. Inoltre, come vedremo in seguito, dobbiamo anche tenere in conto di altri parametri che possono essere molto utili. D'altra parte, scopriamo che non esiste una legge civile, commerciale o del lavoro che determini come fissare il prezzo del design; tuttavia, diverse disposizioni legali spagnole, come quelle discusse nei paragrafi seguenti, possono aiutarci a identificare una serie di opzioni molto utili quando si definisce un sistema di remunerazione equa a corrispettivo del lavoro di design.

A titolo di esempio, gli articoli 26 e 34 del *Regio Decreto Legislativo 2/2015*, del 23 ottobre, che approva il testo riveduto della Legge sullo Statuto dei Lavoratori, spiegano come possiamo remunerare il lavoro di un lavoratore conto terzi:

- **Per unità di tempo di lavoro** (giornata; ora, giorno, mese), cioè il tempo di lavoro effettivo dedicato a ciascun progetto. Questa opzione valuta solo il tempo di lavoro e non tiene conto di altre variabili come studi precedenti, preparazione, esperienza, valore professionale, reputazione, quotazione, l'infrastruttura con cui viene conteggiato, o la complessità del progetto, ad esempio. Quindi, se scegliamo questa

variabile come unico criterio, dovremmo assicurarci che, oltre a coprire le spese del lavoro commissionato, il prezzo permetta al designer di vivere dignitosamente.

- **Per risultato** cioè, il lavoro realmente realizzato e consegnato al cliente, indipendentemente dal tempo dedicato. Questa opzione implica conoscere molto bene il tempo dedicato a ciascun progetto in modo da non perdere denaro o potere d'acquisto; quindi, se scegliamo questa variabile come unico criterio, dovremmo prendere in considerazione un altro insieme di variabili da suddividere nel budget e nella fattura: materiali, difficoltà del disegno, dedizione (completa, parziale), quotazione (*cachê*) e profitto, principalmente.

Parallelamente, gli articoli 46 e 47 del *Regio Decreto Legislativo 1/1996, del 12 aprile, che approva il testo riveduto della Legge sulla Proprietà Intellettuale*, regolarizzando, chiarendo e armonizzando le attuali disposizioni giuridiche in materia, propongono un sistema parallelo per calcolare il prezzo della creatività sotto forma di onorari professionali:

- Remunerazione proporzionale (percentuale su vendite, diritti o *royalties*), in aumento o diminuzione.
- La somma forfettaria (fissata, al prezzo fatto, globalmente).
- Retribuzione mista.

Infine, nonostante l'abrogata *Legge 11/1986, del 20 marzo, dei Brevetti* parlasse di «royalties», la nuova *Legge 24/2015, del 24 luglio, dei Brevetti* parla di «partecipazione ai benefici» (articoli 17.2, 21.4 y 21.7), «compenso economico ragionevole» (articoli 17.2, 18.3, 89.3, 89.4, 114 y 126) o «canone» appropriato (articoli 93.2, 93.3, 94.3, 95.4, 96.2, 99.4, 100.4 y 101.3), seguendo la scia della *Legge 17/2001, del 7 dicembre, dei Marchi*, che parla di «benefici» e «canone» negli articoli 43.2.a) e 69.1, rispettivamente. Tuttavia, nessuna delle suddette leggi offre molte più informazioni su come calcolare questa remunerazione, né la *Legge 20/2003, del 7 luglio, sulla Protezione Giuridica del Disegno Industriale*.

In ogni caso, uno *Studio sull'impatto economico del design in Spagna 2008*, preparato nel 2009 per conto della Società Statale per lo Sviluppo del Design e dell'Innovazione, ha rilevato che il modo usuale per remunerare il prezzo del design sul mercato era una combinazione tra unità di tempo di lavoro (ora/designer) e prezzo fisso chiuso (somma forfettaria), limitando la remunerazione proporzionale al design del prodotto.

Indipendentemente dall'opzione che scegliamo, calcolare il prezzo del design è un problema complesso ed è necessario considerare parametri diversi, soprattutto quando si crea un'attività economica per conto proprio. Per tutto questo vi presentiamo sotto forma di un elenco (indicativo, ma non esaustivo o esclusivo, ma combinabili tra loro), quei parametri che

riteniamo più rilevanti, perché aumenteranno o ridurranno, a discrezione del designer (capiamo che questo dovrebbe sempre essere il caso), il prezzo del disegno:

- **Il cliente:** tipo di cliente, dimensione dell'azienda, reputazione, frequenza della relazione, budget disponibile, aspettative riguardo al design, ecc.
- **Il designer come marchio:** studi precedenti, preparazione, esperienza professionale, reputazione (*caché*), quotazione, traiettoria professionale, notorietà, fama e prestigio professionale; costi fissi annuali dell'attività economica in base alla struttura professionale; infrastrutture e manutenzione del posto di lavoro; altre spese variabili non quantificate nel budget come viaggi, sussistenza, formazione, documentazione e ricerca, comunicazioni, ecc.; dedizione, beneficio desiderato.
- **Implicazioni del progetto grafico:** natura, caratteristiche, materiali speciali di progettazione; informazioni su utenti, mercati o prodotti della concorrenza; posizione dei fornitori; complessità, difficoltà; durata e termini di esecuzione del progetto; fasi di sviluppo in cui si trova l'incarico.
- **I limiti della licenza di trasferimento o sfruttamento del progetto:** uso e applicazioni del disegno (privato, commerciale), modalità di sfruttamento (esclusiva o non), diffusione o ambito geografico del suo uso, durata o tempo di utilizzo.
- **L'impatto del design sul mercato:** messa in circolazione del design, importanza economica per il cliente, incidenza nella domanda del prodotto che lo incorpora, notorietà e implementazione nel mercato, livello di offerta e domanda in ogni momento, volume delle vendite, ecc.
- **Condizioni di pagamento:** valuta di pagamento, mezzi di pagamento e riscossione, metodo di pagamento e pagamento.

Infine, l'analisi delle diverse opzioni (prezzo medio, prezzo massimo, prezzo di riferimento, unità di tempo di lavoro, risultato, somma forfettaria, proporzionale, misto) e dei diversi parametri (cliente, designer, limiti per l'assegnazione o la licenza di sfruttamento del progetto, l'impatto del design sul mercato, i termini di pagamento), utili per calcolare il prezzo di un progetto di design, decidiamo che il prezzo del design sarà determinato dalla domanda e offerta in un mercato libero e competitivo, motivo per cui la negoziazione tra cliente e designer è così importante.³

Concludiamo questo articolo ricordando al lettore che non esiste un unico modo per calcolare il prezzo di un progetto di design, ma che i designer hanno, come abbiamo visto, un'ampia selezione di opzioni e parametri per calcolarlo. Se nonostante tutto, il lettore cerca una

«formula magica», gli suggeriamo di iscriversi al web *Calculator 2.3*.⁴ È utile, ma non dovrebbe essere l'unico strumento utilizzato nel calcolo del prezzo di un progetto di design.

Pubblicato su 24/04/2019

-
1. Vale la pena rileggere i seguenti articoli:
 - FOROALFA (2010). [*Debate: ¿Cuánto vale un logotipo?*](#)
 - Fernando Del Vecchio (2013). [*Hay que aprender a jugar el juego.*](#)
 - Lucas Nikitzuk (2014). [*Qué vendemos los diseñadores.*](#)
 - Oriana Suarez (2014). [*Perder o ganar: el valor de una cotización.*](#)
 - Fernando Del Vecchio (2014). [*Tres formas efectivas de perder dinero.*](#)
 - Luciano Cassisi (2015). [*Los clientes no compran diseño.*](#)
 - Maria del Pilar Rovira (2012) [*¿Cuántas 'P' tiene el marketing?*](#)

 2. Vale la pena rileggere i seguenti articoli:
 - Fernando del Vecchio (2010). [*Mis clientes no me valoran, ¿qué puedo hacer?*](#)
 - Luciano Cassisi (2015). [*Los clientes no compran diseño.*](#)
 - Tiago Fiamenghi (2015). [*O real valor do Design.*](#)

 3. Vale la pena rileggere i seguenti articoli:
 - Maria del Pilar Rovira (2013). [*No, no se asusten... esto sólo es un aviso legal.*](#)
 - Ariel Castillo (2014). [*Mal trato sin contrato.*](#)
 - Maria del Pilar Rovira (2015). [*Y ahora... ¿cómo salgo del follón en el que me he metido?*](#)

 4. [*Calculator 2.3*](#) (il prezzo del design in 3 clic).

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/it/articoli/il-prezzo-del-design>

