

Web Design e diritto d'autore: quando realizzare un sito che porti la nostra firma é un'utopia

Qualche tempo fa una lettrice di YIW ha suscitato il nostro interesse con una domanda, postaci in privato, riguardante il **diritto d'autore nel web design**. I dubbi espressi in tale occasione sono gli stessi che -come ho avuto modo di capire negli ultimi tempi- molti freelance si pongono al momento di instaurare un rapporto di collaborazione in outsourcing con una qualsiasi Web Agency: posso inserire il mio nome? Posso mostrare i lavori realizzati nel mio portfolio? Con quale dicitura nel contratto posso tutelare il mio diritto d'autore?

Parlare di un argomento simile senza cadere nella tentazione di polemizzare un po' é veramente difficile, anche perché il modus operandi furbesco con cui molte agenzie si immettono nel mercato ci tocca da vicino: a tal proposito consiglio la lettura di [questo topic](#) (segnalato già dall'amica [Pikadilly](#) pochi giorni addietro).

A proposito del diritto d'autore ho già risposto, in modo approssimativo per carenza di spazio, nella rubrica dell'ultimo numero di Your Inspiration Magazine, di cui riporto un sunto:

Parlare di diritti d'autore applicati al web design é piuttosto difficile, dato che ancora vige una certa confusione sull'argomento.

*La legge 633/1941 sul diritto d'autore é abbastanza chiara: i diritti di paternità dell'opera - detti anche "diritti morali" - **sono inalienabili** (a tal proposito consigliamo la lettura degli [Artt. 20, 21, 22](#)), a prescindere da qualsiasi accordo relativo ai "diritti di utilizzazione economica" ; cosa significa questo? semplice: il web designer che abbia realizzato un sito (che rientra nelle opere dell'ingegno) può vendere i diritti di utilizzazione economica dello stesso al cliente, ma non il diritto "morale", ovvero la paternità dell'opera, un diritto inalienabile che non può di fatto essere venduto, acquistato o ceduto.*

*La cessione dei diritti economici/commerciali di un sito web può essere "completa" o "parziale" (detta anche "in licenza"); tale scelta dovrebbe sempre essere indicata nel contratto stipulato tra cliente e web designer in modo da evitare rivendicazioni simili a quelle indicate nella tua e-mail (per esempio, il contratto gratuito Oscon, riporta la seguente dicitura "**Con il presente contratto il Cliente acquista la titolarità esclusiva dei diritti di utilizzazione a fini economici e commerciali del sito.**"). La cessione completa, teoricamente, dovrebbe prevedere una maggiorazione di prezzo poiché l'autore dell'opera cede la stessa in modo esclusivo e non può più utilizzarla.*

Questo é quanto.

Essendo l'autore del sito di cui ho progettato interfaccia grafica e sviluppo, ho tutto il diritto di vedermi riconosciuta la paternità dell'opera e di chiedere che sul sito, una volta online, venga

inserito il mio nome.

Teoricamente avrei anche il diritto di inserire i lavori realizzati in un mio ipotetico portfolio.
Teoricamente, ripeto.

Ma vediamo come funziona nella pratica.

La Web Agency X delega ad un freelance esterno un lavoro Y. Lo paga un TOT ed é sempre e solo lui a gestire i rapporti con il cliente finale. Quest'ultimo, infatti, non sospetterà mai che il proprio sito e' realizzato da un individuo Z che, senza mediazioni esterne e inutili, gli avrebbe consentito di risparmiare il 60% rispetto all'importo versato.

Ragion per cui la Web Agency starà ben attenta a non farsi scavalcare, perciò va da sé che diventa proibitivo creare un qualsiasi collegamento tra il cliente e il freelance. Niente logo, niente immagine nel portfolio, niente di niente.

Cosa comporta l'impossibilità di vedersi riconoscere i propri lavori?

Indipendentemente dall'orgoglio ferito (dopo un anno di lavoro "clandestino" é possibile che il proprio ego sia un po' ammaccato), l'impossibilità di vedersi riconoscere il proprio lavoro comporta alcune conseguenze - meno prosaiche e più materiali - che é bene valutare, visto che alla lunga potrebbero influenzare sensibilmente la qualità del nostro lavoro di freelance.

Un esempio?

1- Perdita di potenziali clienti: più che dal proprio portfolio personale, che un potenziale cliente dovrebbe adocchiare tra i migliaia presenti online, un freelance può contare sulla qualità dei progetti da lui curati. Realizzando un buon sito, dall'interfaccia gradevole e intuitiva, é prevedibile che un qualsiasi utente ne resti favorevolmente colpito tanto da sentire l'impulso di contattarne l'artefice.

L'utente potrebbe essere un individuo qualunque con un'attività da immettere nel mercato online, o magari un concorrente dell'azienda per cui hai realizzato il sito; in ogni caso, celando la tua identità e, anzi, permettendo che terzi si prendano il merito del tuo lavoro, ogni utente e' un potenziale cliente....**perso**. E un'opportunità di guadagno per l'agenzia esterna che, come se non bastasse, sarà libera di commissionare il lavoro ad un altro freelance.

2- Perdita di feedback: come detto, un web designer dovrebbe lasciare che a parlare siano i propri lavori. Ma con quali parole potremmo presentarci se impossibilitati a mostrare a terzi i progetti su cui abbiamo lavorato? Un portfolio scarno é sinonimo di immaturità professionale e ha il difetto di trasmettere poca fiducia al cliente alla ricerca di un web designer capace e serio. Il paradosso dell'outsourcing, infatti, si riassume così: molto lavoro, meno guadagno, e zero feedback. Nessuno ha mai lavorato con noi, nessun cliente può farci da testimonial, e non abbiamo

nessun progetto da mostrare come segno tangibile della nostra esperienza. **Un desolante buco nero professionale.**

E quindi, come devo comportarmi?



Parti dal presupposto che il tuo ruolo di freelance deve avere una **dignità professionale** di tutto rispetto: la prima cosa da fare riguarda quindi la **valorizzazione del tuo ruolo**.

Comincia a rispondere che sì, se il cliente lo desidera non inserirai il tuo copyright nel progetto da te realizzato, e sì, se il cliente lo desidera non inserirai nessuna immagine e/o riferimento al progetto nel tuo portfolio.

Ma aggiungi che **questi desideri hanno ovviamente un costo aggiuntivo**, e che tale costo verrà quantificato e riportato nel contratto che stipulerete. Le motivazioni che puoi esporre per giustificare tale richiesta sono quelle espresse poche righe fa, e sono motivazioni più che fondate.

La voce presente nel contratto potrebbe essere all'incirca:

“ In base a quanto previsto dal presente contratto, la fornitura del progetto web (ovvero l'insieme dei materiali forniti quali concept grafico, markup e quant'altro) implica per il cliente la proprietà esclusiva del progetto stesso; con il presente contratto il fornitore cede quindi al cliente il diritto di copyright e di utilizzo del progetto, impegnandosi a mantenerne la riservatezza e a non manifestare la propria paternità dell'opera su canali personali quali social network, blog, portfolio, ecc.

A titolo di risarcimento per tale condizione contrattuale, Il cliente si impegna altresì a

corrispondere al fornitore l'importo definito nel preventivo allegato"

Nel preventivo una voce *"Rimozione credits e clausola di riservatezza"* può bastare.

Se con l'agenzia con cui collabori si è instaurato un rapporto di fiducia consolidato nel tempo, un'altra soluzione potrebbe essere il **compromesso**.

E' ragionevole che una Web Agency non possa vendere al proprio cliente un prodotto che rechi il marchio/nome di un freelance: la credibilità dell'agenzia certamente ne risentirebbe, soprattutto nel lungo periodo.

Ma è ragionevole anche che tu possa inserire nel tuo portfolio i lavori realizzati per tale agenzia, specificando però il ruolo che hai avuto nel progetto e definendo che quest'ultimo è stato "commissionato dall'agenzia Alfa": in questo modo tu avrai la possibilità di mettere in vetrina i tuoi lavori, e l'operato dell'Agenzia non ne esce compromessa: del resto sempre più realtà si appoggiano a consulenze esterne ed a team di freelance per i propri progetti, non è una novità.

Inoltre, mettendo nero su bianco la tua collaborazione con l'agenzia Alfa, diventerai papabile per ulteriori collaborazioni in outsourcing con terze agenzie: una collaborazione stabile e duratura con una Web Agency è uno straordinario biglietto da visita, soprattutto se vuoi ampliare il tuo portfolio clienti e aprirti al mercato delle consulenze come un professionista.



Anche in questo caso, mettiti al riparo con una piccola clausola nel contratto:

"Il cliente acconsente che il fornitore esibisca nel proprio portfolio - a titolo prettamente dimostrativo- immagini e informazioni relative al lavoro da lui svolto."

Se invece non vuoi rinunciare neanche alla tua firma sul layout, potresti aggiungere una frase simile:

“Il cliente acconsente all’inserimento nel proprio sito di un collegamento ipertestuale, denominato “Credits”, che consenta al fornitore di essere riconosciuto come autore del progetto web sviluppato”

Ovviamente “Credits” può essere sostituito dalla voce a te più consona: c’è chi preferisce inserire “powered by...”, chi un più italiano “realizzato da..”, in ogni caso il senso della frase non cambia.

Qual é la tua esperienza in proposito?

Per quanto mi riguarda ho adottato la soluzione del “compromesso” con tutte le Web Agency con cui ho collaborato e con cui tutt’ora collaboro e devo dire che ho sempre avuto la fortuna di collaborare con clienti leali e aperti al confronto.

Ma qual é la situazione degli altri freelance? Qual é la **tua esperienza** sull’argomento?