

COME LEGGERE UN *preventivo*

Cosa deve esserci in un preventivo per logo e identità visiva, cosa chiedere prima di firmare e come confrontare due offerte senza farsi guidare solo dal prezzo.

Due preventivi per «un logo» possono valere 400 € e 4.000 € ed essere entrambi onesti: dentro c'è un lavoro diverso. Il problema nasce quando dal foglio non si capisce quale. Questa guida ti aiuta a leggerlo.

COSA *deve* ESSERCI

Un buon preventivo risponde a otto domande. Se una manca, chiedi per scritto prima di firmare.

- 1 **Cosa ricevi, voce per voce.** «Logo e immagine coordinata» non basta. Servono le voci concrete: quali versioni del logo, quali colori e font, quali applicazioni (biglietto, social, carta intestata), quale guida d'uso.
- 2 **Come si lavora.** Le fasi, in ordine: ascolto e strategia, progetto, applicazioni, consegna. Se manca la fase di ascolto, il designer sta disegnando a intuito.
- 3 **Quante revisioni.** Quanti giri di modifiche per ogni fase, e cosa succede se vuoi cambiare direzione dopo averla approvata. Un numero preciso e compreso nel prezzo, per esempio due giri per fase senza costi extra, è un buon segno: vuol dire che c'è un metodo per arrivare al risultato.
- 4 **I tempi.** Una durata o delle date, e cosa dipende da te: un feedback che arriva dopo due settimane sposta tutto di due settimane.
- 5 **Il prezzo completo.** Il totale da pagare, con IVA o contributi se ci sono, e le rate: quanto, quando, a fronte di cosa.
- 6 **La proprietà intellettuale.** Se viene trasferita a te, quando (di solito con il saldo) e per quali usi. È un trasferimento di diritti sul lavoro, non la registrazione del marchio.
- 7 **I file che ricevi.** Formati vettoriali per la stampa, file per il web, versioni a colori e in bianco e nero. Senza i vettoriali, tra un anno dovrai chiederli a qualcuno.
- 8 **Cosa non è incluso.** Stampa, foto, font a pagamento, registrazione del marchio, testi. Detto prima, evita sorprese dopo.

LE DOMANDE DA FARE *prima* DI FIRMARE

- Cosa ti serve sapere da me per partire, e in che forma me lo chiedi?
- Quante proposte vedrò, e come arriviamo a quella giusta?
- Se a metà lavoro serve una cosa in più, come la gestiamo e quanto costa?
- Chi lavora davvero al progetto: tu, un collaboratore, un'agenzia esterna?
- Posso vedere un progetto simile al mio, con il prima e il dopo?
- Dopo la consegna, se ho un dubbio sui file, a chi scrivo e per quanto tempo?

UN BUON SEGNO

Il designer fa domande prima di darti un prezzo. Un preventivo arrivato senza sapere niente di te è un listino, non una proposta.

I SEGNALI *d'allarme*

- **Un prezzo senza elenco.** Se non sai cosa ricevi, non puoi confrontarlo con niente.
- **Modifiche senza limite.** «Tutte le revisioni che vuoi» sembra un regalo. Spesso significa che manca un metodo, e il progetto va avanti per tentativi finché uno dei due si stanca. Meglio poche revisioni, definite e ben guidate.
- **Cinque loghi tra cui scegliere a poco prezzo.** Cinque idee in poche ore sono cinque bozze. Il lavoro vero è capire quale direzione funziona per te, e approfondirla.
- **La proprietà intellettuale non è nominata.** Per la legge sul diritto d'autore il trasferimento va provato per iscritto: senza, non è chiaro che cosa puoi fare del lavoro che hai pagato.
- **Tempi vaghi.** «Un paio di settimane» senza fasi e senza date è una speranza, non una pianificazione.
- **Nessun lavoro simile da mostrare.** Va bene se il designer è all'inizio, ma deve dirtelo.

CONFRONTARE DUE *offerte*

Per confrontare due preventivi metti a confronto le stesse cose. Spunta quello che c'è davvero, scritto: quello che ti è stato detto a voce non conta.

VOCE	OFFERTA A	OFFERTA B
Fase di ascolto e strategia	☐	☐
Elenco delle voci consegnate	☐	☐
Revisioni per fase, comprese nel prezzo	☐	☐
Durata o date	☐	☐
Totale con tasse e rate	☐	☐
Trasferimento della proprietà intellettuale	☐	☐
File vettoriali consegnati	☐	☐
Guida d'uso del marchio	☐	☐
Cosa non è incluso	☐	☐
Supporto dopo la consegna	☐	☐
Lavori simili da vedere	☐	☐

Solo dopo guarda il prezzo. A parità di voci, la differenza la fanno il metodo e i lavori che hai visto. Se le voci sono diverse, stai confrontando due cose diverse.

IN *breve*

- Un preventivo chiaro elenca cosa ricevi, come, quando, quanto e a quali condizioni.
- Revisioni, diritti e file sono le voci che si dimenticano più spesso, e quelle che costano di più dopo.
- Un numero definito di revisioni è un segno di metodo; «modifiche senza limite» di solito è il contrario.
- Confronta le voci prima dei prezzi.

TI È SERVITA?

**Se vuoi, ne parliamo con il *tuo*
caso: venti minuti, gratis,
senza impegno.**

LUCA RIVIERI • BRAND IDENTITY DESIGNER • THEZERO.LUCARIVIERI@GMAIL.COM • +39 334
166 2135