



# COME GUADAGNARE CON LE VOSTRE FOTO MICRO



# STOCK

Di Valerio Pardi

*La diffusione di agenzie per la vendita di immagini via web vi consente di mettere facilmente in gioco e di valorizzare al massimo il vostro talento.*

**I motivi che portano a scattare fotografie possono essere molteplici.** Dalla semplice conservazione di un ricordo a una ricerca personale o alla voglia di condividere una particolare esperienza con altre persone, sono solo alcune motivazioni che ci spingono a utilizzare la macchina fotografica. Con il tempo si può affinare la tecnica e i risultati possono raggiungere livelli qualitativi interessanti. A quel punto potrebbe venire l'idea di sfruttare questa dote per cercare di guadagnare qualcosa e compensare, magari solo in parte, le spese sostenute per l'attrezzatura!

Diventare fotografi professionisti di punto in bianco non è semplice ed è un rischio piuttosto elevato. Significa cambiare il proprio lavoro e iniziare un'avventura dai risvolti spesso poco conosciuti e piena di incognite. Si può allora cercare di vendere qualche foto, come attività parallela, ma in questo caso ci si scontra con altre problematiche. La prima a livello fiscale: se è vero che si può utilizzare la ritenuta d'acconto per vendere qualche immagine e rimanere in regola con le normative pur svolgendo un altro lavoro, è altresì vero che non essendo un fotografo professionista non si possono pubblicizzare i prodotti, riducendo così notevolmente le possibilità di vendita. Si può cercare di allestire una mostra personale, sperando poi in qualche

vendita scaturita dall'apprezzamento dei visitatori. È una soluzione praticabile, ma il ricavo potrebbe essere ben al di sotto delle aspettative e non riuscire a coprire, nemmeno in parte, le spese sostenute per l'allestimento dell'evento. Proporre il proprio portfolio a un'agenzia invece sta diventando sempre più difficile. Delle agenzie italiane, alcune hanno chiuso da tempo, come ad esempio *Grazia Neri*, mentre quelle rimaste, come *Alinari*, *Contrasto*, *L'immaginario*, *La Presse*, *Milestone*, hanno severi test di ingresso per garantire fotografie di qualità decisamente superiore alla media del mercato. Inoltre in alcuni casi hanno una specializzazione su un settore specifico (cronaca, cinema, food) e quasi tutte si appoggiano solo a fotografi professionisti. La situazione

si fa ancora più difficile se ci si rivolge ad agenzie straniere come *Corbis* e *Getty Images*. Fortunatamente, da qualche anno, sono disponibili agenzie definite di "microstock" che offrono la possibilità di vendere le proprie immagini a chiunque, sebbene a prezzi a prima vista poco allettanti.

## STOCK E MICROSTOCK

Fino agli anni 2000 chi voleva acquistare una foto aveva essenzialmente due alternative: rivolgersi a un'agenzia specializzata in **stock foto** oppure contattare direttamente un fotografo per la realizzazione. Entrambe le soluzioni, per l'acquirente, erano piuttosto onerose, ma il mercato offriva quasi esclusivamente queste sole possibilità.



Il "classico" tramonto è un genere che difficilmente darà grandi risultati di vendite: sui siti di microstock sono già presenti migliaia di foto similari.



#### → ABBONAMENTO

Sistema utilizzato da chi ha bisogno di acquistare molte immagini ad alta risoluzione e dispone di un budget limitato. Per gli Autori/Fotografi è un buon modo per diversificare le opportunità di vendita, anche se con le vendite in abbonamento si guadagna meno. Si può scegliere, di norma, quali immagini vendere anche in abbonamento.

#### → STOCK FOTO

Immagini a destinazione commerciale per pubblicità, campagne promozionali, siti web, publi-redazionali, cataloghi e gadget.

L'avvento del digitale e l'utilizzo sempre più massiccio di immagini nella comunicazione, anche sul web, hanno portato alla nascita di un sistema di vendita di fotografie molto più abbordabile e semplice. La prima agenzia apparsa sul mercato con queste caratteristiche è stata *iStockphoto*, inizialmente nata come banca di immagini gratuite, ma quasi subito convertita ad agenzia di stock foto caratterizzata da prezzi "micro", da cui la nascita della denominazione "microstock". Il modello di gestione delle foto a prezzi contenuti ha avuto immediatamente successo. Tramite i siti di microstock infatti si possono trovare fotografie di qualità del tutto paragonabile a quelle professionali disponibili sui siti di stock, ma a prezzi anche di oltre un ordine di grandezza inferiore.

Negli anni successivi sono comparse innumerevoli altre agenzie di microstock, come ad esempio *Shutterstock* nel 2004 e *Fotolia* nel 2005. Oggi se ne contano circa una cinquantina a livello mondiale, senza poi dimenticare tutte quelle ancora poco conosciute, ma che potrebbero diventare interessanti a breve. Le agenzie di microstock puntano a un database ricco di immagini e a prezzi di vendita abbastanza contenuti, che diventano molto allettanti nel caso in cui l'acquirente stipuli un **abbonamento** per il download di un certo numero di fotografie. Ovviamente con un modello di business di questo tipo, il fotografo che vende le proprie immagini tramite un'agenzia di microstock, non può aspettarsi lautí ricavi ogni volta che una propria immagine viene acquistata. Anzi, ad analizzare i prezzi offerti ai fotografi sembrerebbe proprio che non ci sia molto da guadagnare.

Per fare un esempio concreto, su Shutterstock (una delle agenzie su cui al

momento è più facile iniziare a vendere) chi è agli inizi può guadagnare solo 0,25 dollari per ogni fotografia venduta su abbonamento. La cifra crea qualche ragionevole dubbio sul vantaggio o meno di dedicare del tempo a una attività che comporta guadagni tanto modesti. Ma come vedremo, i risultati si ottengono non immediatamente ma sul medio termine. Il grande vantaggio che invece offrono le agenzie di microstock è quello di poter dare una visione a livello mondiale alle fotografie che, se particolarmente interessanti, potranno portare a risultati di vendita apprezzabili.

## TIPS

#### SCOPRITE FOTO DI NICCHIA

poco coperte dalle foto "normali" di microstock (bianco e nero, macro e microfotografia, situazioni di vita domestica inusuali, eventi particolari e catastrofi naturali). Saranno le foto che porteranno le vendite maggiori.

#### CURARE LA QUALITÀ

in ogni fase, dalla scelta del soggetto, allo scatto, per finire con una postproduzione precisa, senza però essere eccessivamente invasiva.

#### PRIMA DI INIZIARE

a fotografare qualcosa per i microstock, controllate che non ci siano già molte immagini di quel soggetto o simili a quello che avete in mente (e magari di qualità decisamente migliore).



Riuscire a proporre immagini fuori dal comune e di ottima qualità tecnica permette di ottenere immediatamente un alto numero di vendite.

#### CHE FOTO POTETE VENDERE?

La risposta è semplice: di tutto (o quasi). Il bello dei siti di microstock è proprio questo. Non ci sono particolari vincoli, l'unico aspetto da rispettare è avere i pieni diritti non solo sulla proprietà della foto (ovvero essere noi stessi gli autori delle fotografie), ma avere anche i diritti sui soggetti ripresi, in particolare se nella foto compaiono persone o costruzioni ed edifici coperti da qualche diritto d'autore. In tal caso sarà obbligatorio allegare una liberatoria che attesti la regolarità dello scatto. A parte questo vi potrete sbizzarrire proponendo le vostre migliori immagini realizzate in vacanza, o quelle scattate durante una gita o un evento sportivo. Si possono inviare paesaggi, macro, ritratti, reportage, notturni, oggetti, still life, foto di concetto e qualunque altro tipo di immagine. Ovviamente proporre duemila fotografie non significa per forza essere certi di vendite altrettanto numerose.

**Come in ogni settore di business occorre** presentare prodotti che suscitino l'interesse di un possibile acquirente. Le foto di vacanze, ad esempio, funzionano sempre abbastanza bene perché possono essere utilizzate per la realizzazione di opuscoli o pubblicazioni inerenti al luogo ripreso. La *food photography* è un altro settore molto richiesto nei microstock. In questo caso dovrete proporre qualcosa di qualità davvero elevata: vi scontrerete con migliaia di foto simili già caricate e disponibili. Per avere qualche ragionevole possibilità di successo, le vostre foto devono essere migliori o, quanto meno, allo stesso livello delle altre.

I settori però che offrono i guadagni più evidenti sono quelli relative a nicchie poco coperte da fotografie specifiche.

# TIPI DI FOTOGRAFO

## ESCLUSIVO

È il fotografo che carica su un solo sito di microstock. Questa scelta viene di norma premiata dall'agenzia con un aumento dei ricavi, intorno al +20%.

## NON ESCLUSIVO

È il fotografo che carica le stesse foto su diversi siti di microstock. Il vantaggio è che si hanno maggiori chance di vendere la stessa foto; di contro, per ogni immagine venduta come fotografo non esclusivo, il ricavo è inferiore.

## PARZIALMENTE ESCLUSIVO

È il fotografo che carica alcune foto in esclusiva su un solo sito di microstock, mentre le restanti foto vengono caricate su più agenzie.

# TIPI DI LICENZA

## RIGHT MANAGED

Permette all'acquirente l'utilizzo di un'immagine circoscritto a un periodo e una tiratura ben definiti. Il prezzo è in funzione di questi fattori.

## ROYALTY FREE

Permette a un prezzo unico l'utilizzo illimitato nel tempo, nella tiratura e distribuzione geografica della fotografia acquistata.

## STANDARD O ON DEMAND

Permette all'acquirente di utilizzare le immagini per illustrazioni su qualsiasi supporto e media (siti web, newsletter, pubblicità stampata, cataloghi), anche per conto di un proprio cliente.

## ESTESA O ENHANCED

Permette all'acquirente la creazione di prodotti destinati alla rivendita o alla distribuzione (per esempio cartoline, poster, pannelli decorativi, template). Il prezzo di vendita è sensibilmente più alto.

Città famose sono un buon target per i microstock, se poi vengono riprese di sera o con un'illuminazione accattivante, le possibilità di generare vendite crescono. Attenzione solo che alcuni palazzi o monumenti possono essere proposti solo con una liberatoria per poter essere venduti. In mancanza di questa, si possono comunque proporre come immagini editoriali, ovvero che potranno essere utilizzate per qualsiasi tipo di pubblicazione, ma non per pubblicità.



Se riuscite a scoprire la "giusta" nicchia, magari sfruttando la vostra passione per un campo specifico, potreste raggiungere livelli di vendita molto interessanti.

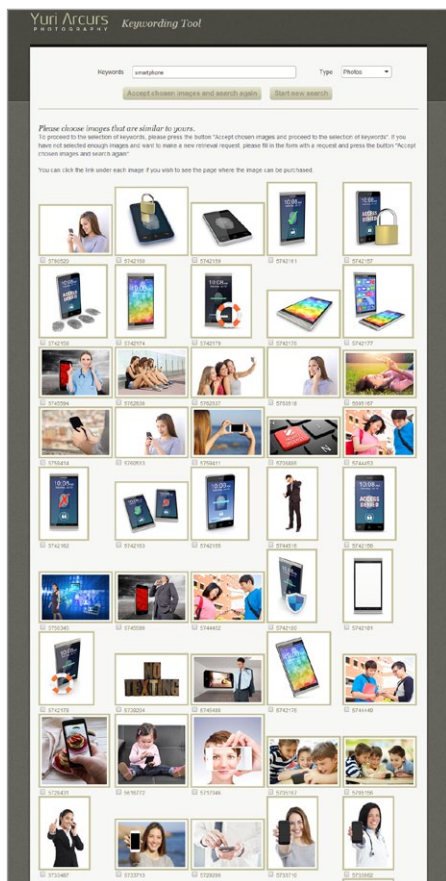
Le immagini già presenti nei database arrivano da fotografi di tutto il mondo e per questo hanno una qualità mediamente molto elevata, anche se prodotte da semplici fotoamatori. Dovrete quindi curare la qualità di ogni singola immagine proposta. Non vi basterà proporre foto non mosse e bene a fuoco, ma anche l'esposizione, la correzione dei colori e il rumore devono essere perfettamente bilanciati. L'ultimo consiglio, infine, è quello di offrire una serie di foto, con un giusto anticipo sui tempi, che si occupino di eventi particolari. Se riuscite a inserire nel vostro portfolio immagini relative a Halloween circa un mese prima della fine di ottobre, avrete la quasi assoluta certezza che qualche propria foto sull'argomento sarà scelta. Così anche nel caso di eventi sportivi o altre festività. Fotografare qualcosa a tema in anticipo fornisce sempre risultati apprezzabili e ripaga della fatica.

## COME INIZIARE A VENDERE

Fin qui sembra tutto piuttosto facile. Si guadagna poco, ma se si vendono molte immagini la cifra raccolta potrebbe diventare interessante. Se poi si ha a disposizione un buon archivio di fotografie papabili per essere messe in vendita, i giochi si fanno ancora più semplici. Ma prima di iniziare ci sono alcune problematiche da superare.

Prima di tutto dovete scegliere su quale agenzia iniziare a caricare le proprie immagini. Naturalmente occorre preferire un sito in grado di garantire vendite con maggior facilità, per poter iniziare a vedere immediatamente qualche risultato. Per questo si possono consultare le schede dedicate alle principali agenzie di microstock in coda all'articolo, ma per partire si può scegliere quasi senza ombra di dubbio Shutterstock. Sebbene offra compensi tra i più bassi tra le agenzie di microstock, è quello che consente di vendere con maggior facilità. Per questo motivo è tra i siti che consigliamo per un primo approccio al mondo del microstock.





**Non sottovalutate la procedura di keywording: foto eccellenti, ma con poche parole chiave o di scarsa attinenza daranno pessimi risultati.**

Una volta iscritti potrete accedere all'area "contributor", ma inizialmente non potrete caricare le vostre fotografie. Per poterlo fare occorre superare un test di ammissione, che consiste nell'inviare un certo numero di immagini per una valutazione iniziale (o **approvazione foto**) delle vostre capacità fotografiche. Per Shutterstock, nel dettaglio, si tratta di 10 immagini, ma altre agenzie possono chiederne in numero differente, mentre alcune accettano come "raccomandazione" il link al proprio portfolio già presente su agenzie concorrenti. Altre ancora non richiedono test di approvazione.

**Dovrete selezionare con cura** le prime dieci foto da inviare per essere accettati come contributor di Shutterstock. Innanzitutto la richiesta minima prevede fotografie dal almeno 4 megapixel, quindi vanno presentate immagini in alta risoluzione e non sono ammesse interpolazioni per aumentare artificialmente la risoluzione. L'aspetto tecnico è essenziale: messa a fuoco, esposizione, contrasto, livello di rumore e bilanciamento cromatico devono essere inattaccabili. Anche se

non avete intenzione di arricchirvi con le agenzie di microstock, può essere quindi un eccellente benchmark per valutare la vostra preparazione tecnico-artistica nella realizzazione di fotografie.

La scelta del soggetto è altrettanto importante. Dieci fotografie di bellissimi tramonti possono essere rifiutate per eccesso d'offerta. Le agenzie sono già stracolme di immagini di questo tipo e proporre un proprio portfolio basato unicamente su questo genere di fotografie può essere una grande limitazione. Meglio se cercate di diversificare i contenuti, magari selezionando due o tre foto per tipo in modo da presentarvi come un fotografo in grado di abbracciare più settori fotografici.

Inviare le immagini per la valutazione, dopo al massimo 72 ore ricevete la mail con il verdetto. In caso di successo è possibile iniziare da subito a caricare le proprie immagini sul sito dell'agenzia. In caso di bocciatura nulla è perduto, visto che avrete la possibilità di ritentare il test d'ingresso. Nel caso specifico di Shutterstock occorre però aspettare 15 giorni: meglio quindi prepararvi bene ed evitare così di ritardare l'inizio delle prime vendite (e dei primi guadagni). Una volta che siete stati accettati come contributor potrete caricare le immagini, ma ogni singola fotografia sarà comunque passata al vaglio di un operatore dell'agenzia che avrà la possibilità di rifiutare tutte le immagini che non soddisfano i requisiti minimi del sito (qualità, eccesso d'offerta, eccetera).

**La messa in vendita delle vostre foto** non si conclude però con il semplice upload sul sito dell'agenzia. Ogni singola immagine richiede la scelta di **parole chiave**, una descrizione, un titolo e un'indicizzazione nella categoria di appartenenza. Si tratta di un lavoro aggiuntivo che dovete eseguire con la stessa cura che avete posto nella realizzazione della fotografia. Foto eccellenti, ma caricate con poche parole chiave e di scarsa attinenza con il soggetto fotografato, possono essere un freno notevole alle vendite. Inoltre l'inserimento di parole chiave poco precise e una **indicizzazione** non accurata possono far rifiutare le immagini dal selezionatore.

Un piccolo aiuto nella procedura di **keywording** arriva da uno strumento messo gratuitamente a disposizione da Yuri Arcus, uno dei primi fotografi che ha fatto la propria fortuna proprio con la vendita di immagini attraverso i

microstock. Si tratta di un sistema che permette di recuperare le parole chiave da immagini simili alle vostre per poi scegliere e copiare solo quelle più adatte alle vostre fotografie. Il tool è accessibile all'indirizzo: <http://www.ar-curs.com/keywording/>. Dal test che abbiamo effettuato, partendo da un gruppo costituito da 150 immagini caricate su Shutterstock con 7 parole chiave ciascuna, dopo averle aggiornate a 45 parole chiave per fotografia, le vendite sono aumentate del 450% nello stesso periodo di tempo (3 mesi).

Un altro consiglio per garantire risultato di vendita significativi è quello di mantenere il vostro database sempre aggiornato con nuove fotografie. Se la vostra idea è quella di iscrivervi e caricare una cinquantina di immagini per poi aspettare e vedere cosa succede, probabilmente non vale la pena nemmeno perdere tempo per compilare il form di iscrizione al sito. Per avere risultati interessanti dovete non solo caricare un buon numero di immagini ma, soprattutto, caricarle in maniera continuativa. Caricare 400 foto in un giorno e poi aspettare 4 mesi per caricarne altre 400 foto, con tutta probabilità si otterranno

#### → APPROVAZIONE FOTO

Ogni volta che si invia una o più immagini, queste vengono vagliate da un addetto dell'agenzia che sceglie se sono adatte alla vendita e le attiva.

#### → PAROLE CHIAVE O KEYWORD

Vocaboli che permettono di identificare la propria foto in base al contenuto durante una ricerca. Possono essere inglobate nei metadati dell'immagine stessa, in modo che le stesse parole vengano riconosciute automaticamente quando la foto viene caricata su un sito di microstock, senza bisogno di riscriverle nel caso si utilizzi la stessa foto su più agenzie. Si devono inserire da un minimo di 6-8 parole a un massimo di 50.

#### → INDICIZZAZIONE

Operazione che prevede, per ogni foto caricata, la scelta di un titolo, di una descrizione e di una categoria di appartenenza in base al soggetto ritratto

## MICROSTOCK, LA NOSTRA ESPERIENZA SUL CAMPO

Il mio primo contatto con i siti di microstock risale al 2011, abbracciando i due servizi a quei tempi più in voga: iStockphoto e Shutterstock. L'approccio è stato – a onor del vero – poco convinto e questo mi ha permesso di commettere tutti gli errori più frequenti. Il primo scoglio da superare è stato il test di ingresso. Le foto che ho proposto inizialmente facevano già parte del mio portfolio, ma sono state bocciate: belle, ma non particolarmente adatte ai microstock. Il secondo tentativo ha avuto esito positivo, grazie alla scelta di immagini maggiormente commerciabili e a una postproduzione più attenta alle richieste delle agenzie, ovvero poco rumore visibile e maschera di contrasto su valori molto bassi, il tutto condito da una saturazione dei colori non eccessiva. Una volta "approvato" come fotografo, ho iniziato a caricare le prime immagini. La difficoltà maggiore è arrivata dal lavoro di indicizzazione e di recupero delle parole chiave. Iniziando con un centinaio di fotografie, la ricerca delle parole chiave ha richiesto un enorme dispendio di tempo, in quanto molti degli aiuti disponibili oggi, ai tempi non erano disponibili e/o conosciuti. Così, per velocizzare le operazioni, le prime foto caricate avevano tra le 7 e le 10 parole chiave ciascuna. Dopo aver postato circa 150 foto ho aspettato di vedere i primi risultati. E qui arrivano le prime delusioni: zero vendite su iStockphoto, mentre su Shutterstock ho venduto, il primo giorno, due fotografie in abbonamento (0,25 dollari l'una) e una "on demand" (1,88 dollari). I giorni successivi le vendite su Shutterstock sono calate e a fine mese il totale ha raggiunto l'astronomica cifra di 6 dollari. Il mese successivo, pensando di consolidare il risultato del primo mese, con le solite 150 immagini il ricavato è sceso invece a 4 dollari. Stabilizzandosi intorno ai 3 dollari nei mesi successivi. Simili risultati mi hanno allontanato dal mondo del microstock per oltre un anno.

A inizio 2013 ho voluto approfondire la conoscenza sulla gestione delle foto per i microstock per cercare di capire gli scarsi risultati maturati fino ad allora. Dopo qualche ricerca ho iniziato a modificare il mio iniziale approccio con questo mondo. La prima operazione messa in atto è stata quella di rivedere completamente le parole chiave inserite nelle 150 immagini attive. Così a inizio marzo le fotografie disponevano di nuove keyword e i risultati non si sono fatti attendere. Con le stesse immagini con cui a marzo 2012 ho ottenuto poco più di 3 dollari in un mese, nel 2013 le vendite hanno superato i 22 dollari, bissate anche nel mese successivo. A quel punto ho ripreso a caricare nuove immagini, diluendole nel tempo in modo da offrire costantemente nuovo materiale. Da quel punto le vendite hanno iniziato lentamente ma costantemente a crescere. Giunto a 500 foto attive le vendite si sono fatte più costanti.

Da settembre su Shutterstock ho superato ogni mese la soglia minima per il pagamento (100 dollari). Nel frattempo, dal marzo 2013, ho iniziato a caricare anche su Fotolia e dopo l'estate si sono aggiunti altri siti di microstock. Dopo poco più di un anno di attività continuativa i risultati contano ricavi mensili complessivi tra tutte le agenzie tra i 200 e i 300 dollari, in crescita costante. Ma l'aspetto più importante è che ottimizzando il lavoro, sia di ripresa che di postproduzione, il tempo dedicato ai microstock è sempre meno, ma le foto caricate al mese aumentano, a tutto vantaggio delle vendite.

**Valerio Pardi**



risultati di vendita inferiori rispetto allo stesso numero di fotografie, ma caricate con continuità, optando, ad esempio, per 25 foto a settimana. Occorre poi tenere conto che le agenzie ormai dispongono di milioni di immagini in archivio e per aver successo, oltre a proporre fotografie originali e tecnicamente perfette, bisogna averne anche una certa quantità, in modo da riuscire a emergere dal gruppo.

I primi risultati interessanti si ottengono già con circa 500 fotografie, ma una certa continuità di vendite (vendite giornaliere) si raggiunge quando si ha nel proprio portfolio oltre 1.000 immagini. Da lì in poi le cose si fanno più facili e l'arrivo di compensi a fine mese spronano a caricare sempre foto nuove e di qualità migliore. Arrivati a quel punto potete valutare l'idea di abbracciare più agenzie in modo da moltiplicare i guadagni sfruttando le stesse foto su canali diversi.

### OBIETTIVI DI GUADAGNO

Questo punto è chiaramente importante. Se andiamo a vedere le tabelle dei prezzi per le foto vendute sembra non esserci molto per cui stare allegri. Veder pagata una fotografia 0,25 dollari dopo che è stata postprodotta in modo perfetto per essere approvata dall'agenzia, dopo aver perso diverso tempo a cercare le parole chiave corrette, averla indicizzata e uploadata sul loro sito può sembrare chiaramente avvilente. Se si fanno due conti, siete stati pagati circa 10 centesimi di dollaro l'ora. Con un centinaio di fotografie caricate con parole chiave poco precise rischiate di vendere per non più di 5 o 6 dollari al mese. Le stesse foto con parole chiave precise permettono di far crescere le vendite delle stesse foto a circa 25 dollari al mese.

Si tratta di cifre ancora non particolarmente appaganti, ma se avete un minimo di costanza potrete apprezzare come i microstock restituiscano, a medio-lungo termine, quanto si è speso a livello di tempo inizialmente dedicato. Infatti le

## TIPS

### OTTIMIZZATE IL WORKFLOW

per risparmiare tempo. Una gestione poco oculata delle foto per microstock può farvi perdere molte ore di lavoro (parole chiave, indicizzazione, upload).

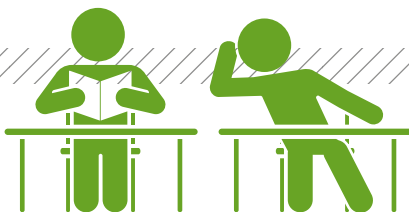
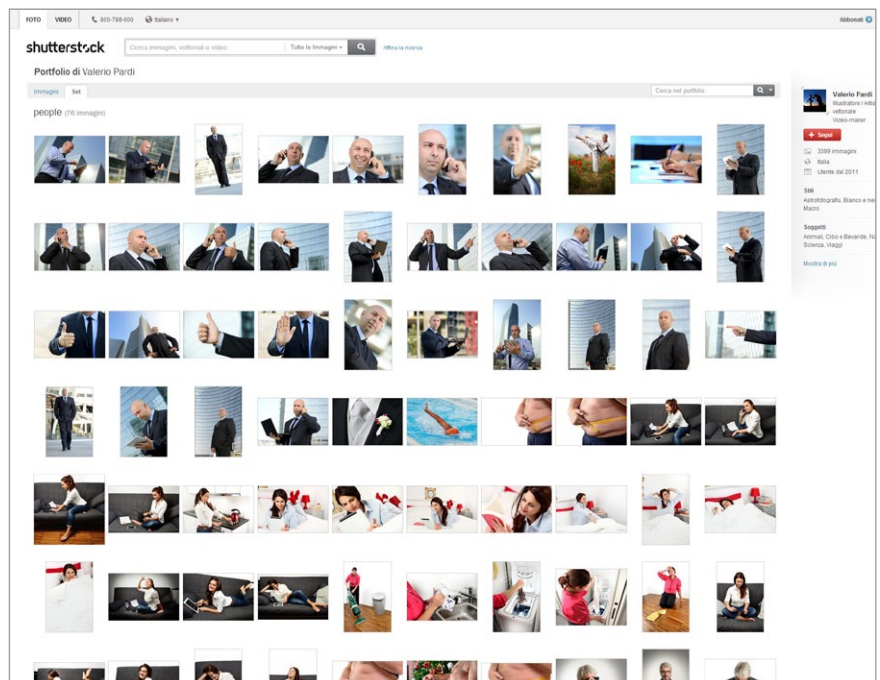


procedure, sia di postproduzione che di caricamento, con il tempo diventano standard e la velocità operativa si incrementa notevolmente. Per caricare un numero elevato di immagini potete affidarvi anche agli indirizzi ftp che ogni agenzia mette a disposizione dei fotografi per l'invio delle immagini. Inoltre la fase di keywording può essere automatizzata inserendo le informazioni direttamente nei metadati delle immagini con un programma di grafica tradizionale come *Lightroom* o *Photoshop* già durante la fase di postproduzione. In questo modo quando le immagini vengono caricate sul sito dell'agenzia, vengono riconosciute queste informazioni e salvate automaticamente, semplificando e velocizzando la procedura di approvazione delle immagini.

Con un po' di pratica, dedicando due o tre ore alla settimana, potete preparare e caricare dalle 50 alle 75 fotografie. Questo significa avere da un minimo di 200 a circa 300 foto nuove al mese nel proprio portfolio. Con simili ritmi vedrete incrementare progressivamente i ricavi mese dopo mese. Anche optando per ritmi più blandi si possono comunque ottenere risultati economicamente significativi. Mantenere una certa continuità nel caricamento delle fotografie, con conseguente aumento del proprio portfolio e delle vendite, porta a un ulteriore beneficio. Quasi tutte le agenzie di microstock premiano i propri fotografi con alcuni aumenti al raggiungimento di target specifici. Con Shutterstock, ad esempio, le immagini vendute su abbonamento vengono pagate normalmente al fotografo 0,25 dollari. Ma quando si raggiunge un guadagno complessivo di 500 dollari, le stesse vendite fruttano al fotografo 0,33 dollari (un +33%). Al raggiungimento della stessa cifra complessiva anche le immagini vendute come "on demand" passando da un range compreso tra 0,81 e 1,88, rispettivamente a 1,07 e 2,48. Questo permette di ottenere un'accelerazione interessante ai vostri



Ovviamente alle agenzie di microstock si possono proporre anche immagini di persone. In questo caso è fondamentale caricare assieme alla fotografia anche la liberatoria della persona ritratta. I moduli sono scaricabili dai rispettivi siti di microstock. All'inizio non servono modelle e studi fotografici, anche qualche amico compiacente e un set allestito in casa possono essere sufficienti per produrre immagini di qualità.



**NON COPIATE** il lavoro di altri, ma cercate di proporre qualcosa di originale.

**ANNOTATE SEMPRE** qualsiasi idea vi venga in mente per nuove immagini. Se non potete scattare immediatamente, sarà un utile promemoria per le foto da fare quando avrete tempo.

**MANTENETE IL CORREDO FOTOGRAFICO** sempre in perfetto stato. Un sensore pulito o un'ottica priva di sporco sulle lenti vi permetteranno di risparmiare notevole tempo nella correzione di macchie durante la postproduzione.



guadagni e vi spinge a caricare sempre più immagini per raggiungere questo obiettivo nel minor tempo possibile. Tali aumenti poi si ripresentano al raggiungimento di 3.000 e 10.000 dollari di guadagno complessivi. Ora, considerando che l'attività di vendita occuperà solo una minima parte del tempo a disposizione, si può comunque ragionevolmente pensare di raggiungere un obiettivo di vendite di circa 800-1.000 dollari nel primo anno di attività. L'obiettivo di circa 2.000 immagini caricate in portfolio non è così assurda nell'arco di 12 mesi e se la qualità e la scelta del soggetto sono favorevoli ai bisogni degli acquirenti, non sarà poi così difficile raggiungere e superare questi obiettivi di vendita. In questi termini i risultati acquistano un sapore completamente diverso rispetto ai 25 cent a foto visti inizialmente.

A questo guadagno potenziale va aggiunta un'altra interessante opportunità. Dopo aver iniziato con una singola agenzia, potete lavorare in parallelo – con le stesse immagini e le stesse keyword già inserite nei metadati delle stesse – e caricarle su altri siti di microstock. In questo modo i ricavi aumentano ulteriormente e il lavoro incrementa solo di una piccola parte, poiché la postproduzione e il noioso lavoro di ricerca delle parole chiave è già stato realizzato.

Lavorare con più agenzie contemporaneamente è sempre un vantaggio, anche se ogni agenzia cerca di premiare i fotografi che decidono di offrire l'esclusività con un ricavo superiore per ogni singola vendita. I mancati ricavi dalle altre agenzie non riescono mai a compensare il vantaggio economico offerto inizialmente dalla singola agenzia di microstock. Per tanto, meglio optare subito alla non esclusività e condividere le proprie immagini con più agenzie possibili. In questo caso però



attenzione a scegliere quelle che consentono di ottenere risultati di vendita significativi, in modo da ottimizzare i propri sforzi in funzione del maggior ricavo possibile.

**Per esperienza, se Shutterstock copre circa il 35-40% dei ricavi complessivi dalle agenzie di microstock, iStockphoto e Fotolia totalizzano un 30-35% equamente diviso tra le due agenzie. 123RF si attesta a circa un 10% e il restante viene condiviso dalle altre agenzie. Questo può essere un buon punto di partenza per la scelta di quale agenzia abbracciare, ma foto particolari possono trarre beneficio da altre agenzie, più specializzate nella vendita di immagini a tema (viaggi, macro, still life, food).**

I guadagni possono essere riscossi una volta raggiunta una soglia minima che può variare da un minimo di 25 dollari per alcune agenzie a 100 dollari per altre. Il modo più semplice per farvi accreditare i ricavi è di associare un conto Paypal al sistema di pagamento dell'agenzia. Ma quasi tutte offrono la possibilità di pagamento via assegno o tramite account su Moneybookers/Skrill.

Se decidete di scattare qualche immagine per i microstock, il treppiede può diventare un valido alleato. Con questo accessorio, spesso snobbato, potreste ottenere immagini di qualità migliore. Anche nelle condizioni di luce scarsa potrete scattare a sensibilità basse o lavorare con il diaframma piuttosto chiuso per massimizzare sia le prestazioni ottiche sia la profondità di campo. Infine vi permette di concentrarvi meglio sull'inquadratura. Tutti aspetti che faciliteranno l'approvazione delle vostre fotografie da parte dei selezionatori dei siti di microstock.

## UN APPROCCIO SEMPLICE

Certamente l'idea di poter guadagnare con quello che è un hobby o passione è allettante, ma attenzione a non farvi prendere la mano e a sacrificare il piacere di fotografare per abbracciare l'idea di catturare solamente immagini che siano più facilmente vendibili.

Diamo per scontato che la fotografia non sarà il vostro lavoro principale, cercate di cogliere le possibilità che offrono i microstock e gestite la vostra passione in modo sempre creativo e, solo quando possibile, anche remunerativo. L'aspetto di dover sottostare a un giudizio tecnico ogni volta che proporrete qualche immagine può essere uno stimolo per cercare di migliorare la vostra tecnica fotografica. Allo stesso modo non dovete nemmeno perdervi d'animo nel caso in cui la maggior parte delle vostre fotografie venga rifiutata. Quando qualche immagine non viene accettata, infatti, viene anche spiegato il motivo. Potete così far tesoro di queste indicazioni (a costo zero) per cercare di risolvere il problema e ottenere nel tempo immagini tecnicamente sempre migliori.

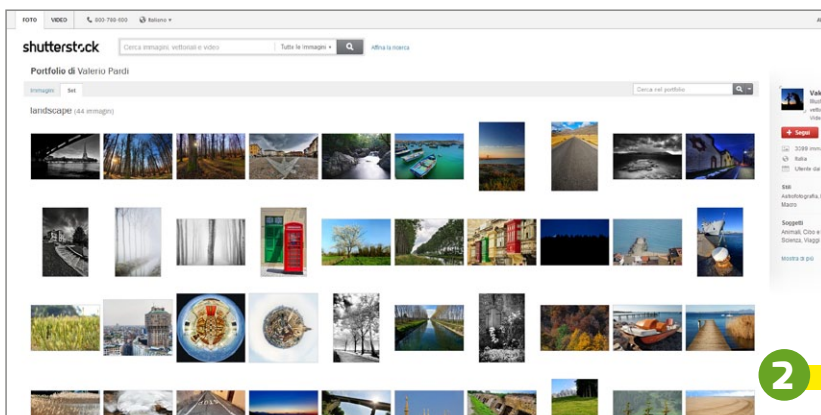
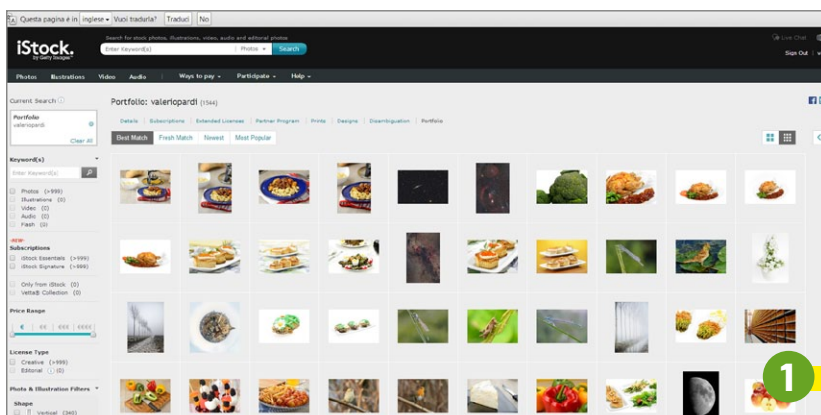
## AGENZIE MICROSTOCK

- **123RF** - [it.123rf.com](http://it.123rf.com)
- **ALAMY** - [www.alamy.com](http://www.alamy.com)
- **BIGSTOCKPHOTO** - [www.bigstockphoto.com](http://www.bigstockphoto.com)
- **CANSTOCKPHOTO** - [www.canstockphoto.com](http://www.canstockphoto.com)
- **CRESTOCK** - [www.crestock.com](http://www.crestock.com)
- **CUTCASTER** - [cutcaster.com](http://cutcaster.com)
- **DEPOSITPHOTOS** - [it.submit.depositphotos.com](http://it.submit.depositphotos.com)
- **DREAMSTIME** - [it.dreamstime.com](http://it.dreamstime.com)

- **FOTOLIA** - [it.fotolia.com](http://it.fotolia.com)
- **MACROGRAFIKS** - [macrografiks.com](http://macrografiks.com)
- **MOSTPHOTOS** - [www.mostphotos.com](http://www.mostphotos.com)
- **ISTOCKPHOTO** - [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)
- **KOZZI** - [contributor.kozzi.com](http://contributor.kozzi.com)
- **JUPITER IMAGES** - [legacy.jupiterimages.com](http://legacy.jupiterimages.com)
- **PANTHERMEDIA** - [bildagentur.panthermedia.net](http://bildagentur.panthermedia.net)
- **PHOTODUNE** - [photodune.net](http://photodune.net)

- **PIXTA** - [www.pixtastock.com](http://www.pixtastock.com)
- **SCANDINAVIAN STOCKPHOTO** - [www.scanstockphoto.com](http://www.scanstockphoto.com)
- **SHUTTERFARM** - [www.shutterfarm.com](http://www.shutterfarm.com)
- **SHUTTERPOINT** - [www.shutterpoint.com](http://www.shutterpoint.com)
- **SHUTTERSTOCK** - [submit.shutterstock.com](http://submit.shutterstock.com)
- **STOCKFRESH** - [stockfresh.com](http://stockfresh.com)
- **VEER** - [www.veer.com](http://www.veer.com)
- **YAYMICRO** - [yaymicro.com](http://yaymicro.com)
- **ZOONAR** - [www.zoonar.com](http://www.zoonar.com)

# RASSEGNA



## ISTOCKPHOTO

### + PRO

Accetta solamente i fotografi che dimostrano una buona tecnica fotografica

- È piuttosto facile vendere
- Disponibile il software Deepmeta per facilitare l'upload

### - CONTRO

I ricavi per vendita sono bassi • Il test di ingresso è molto severo • Sistema di indicizzazione complesso • Tempi di attesa per l'accettazione delle fotografie molto lunghi (da 10 a 20 giorni dopo il caricamento)

## SHUTTERSTOCK

### + PRO

Vendite facili • Buon sistema di caricamento e indicizzazione • Incrementi costanti • Guadagni elevati grazie al numero di vendite sopra la media

- Accettazione delle fotografie in tempi rapidi

### - CONTRO

Guadagni scarsi per ogni foto venduta • Sistemi di statistiche sulle vendite piuttosto semplici • Il livello di vendite è sensibile alla continuità nel caricamento di nuove foto

### 1 | ISTOCKPHOTO

È il sito che ha creato il concetto di microstock. Di origine canadese, fa parte del gruppo che comprende anche la famosa agenzia di stock *Getty Images* ed è un punto di riferimento per tutti i fotografi che vogliono operare nel mondo dei microstock. Si possono caricare foto, ma anche illustrazioni vettoriali, filmati, tracce audio e file in formato flash. Ha un database molto vasto e richiede un test d'ingresso che risulta a volte piuttosto complesso. Si tratta sia di una serie di domande sulla comprensione del funzionamento del sistema di vendita microstock, sia una valutazione e approvazione di tre immagini per poter essere accettati come fotografo. Le valutazioni su solo tre foto campione non deve trarre in inganno, poiché la valutazione è molto severa e, se si

viene bocciati, per riproporle bisogna aspettare un mese. A questo va aggiunto che la somma pagata per singola foto è piuttosto bassa. Per un fotografo non esclusivo si attesta al 15% del prezzo venduto dell'immagine, almeno fin quando non si totalizzano 1.500 crediti. Da quel momento la percentuale sale al 16%, per incrementare di un punto percentuale man mano che si raggiungono gli 11.000, 35.000, 125.000 e 1,2 milioni di crediti guadagni, ovvero per un massimo del 20% del totale.

I fotografi esclusivi partono da un minimo del 25% per raggiungere il 45% al raggiungimento di 1,2 milioni di crediti. Su abbonamento i prezzi partono da 0,28 dollari. Malgrado la notorietà del sito, nel nostro caso, con ben 1.700 foto caricate, non è stato possibile avvicinarsi ai risultati conseguiti con Shutterstock. Tra gli aspetti positivi va segnalata la presenza del software

proprietario *Deepmeta* che permette di semplificare e accelerare notevolmente la parte relativa all'uploading delle foto e dell'indicizzazione. Quest'ultima in effetti risulta particolarmente ostica poiché viene richiesto un livello di descrizione molto accurato, ma dispendioso quando si scelgono le parole chiave. Di contro permette di eseguire ricerche con risultati molto più attendibili.

### 2 | SHUTTERSTOCK

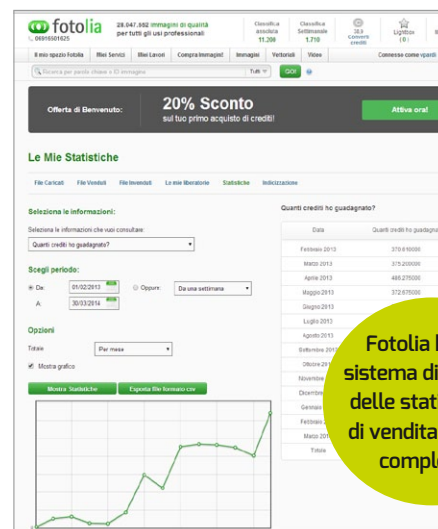
È attualmente il re dei siti di microstock. Permette di ottenere fin da subito le prime vendite anche con relativamente poche foto caricate. Ciò avviene per la particolare politica di abbonamento offerta a chi acquista che spinge all'acquisto delle immagini grazie a promozioni e sconti interessanti.

Il test per essere accettati come fotografo è severo, ma non impossibile da



Il numero totale dei file venduti determina la posizione in classifica. La posizione in classifica e le opzioni di vendita (esclusività) definiscono l'intervallo dei prezzi applicabili alle vostre immagini e alle commissioni sulle vendite. A più vendite corrisponde la possibilità di applicare prezzi più alti. Un file venduto tramite il sistema dei crediti equivale a un download. Quattro file venduti tramite la formula abbonamento fanno un download e valgono un punto per la classifica (4 file in abbonamento: 1/4 di file)

Numero di file scaricati	Simbolo	Livello
Meno di 99		Bianco
Tra 100 e 999		Bronzo
Tra 1,000 e 9,999		Argento
Tra 10,000 e 24,999		Oro
Tra 25,000 e 99,999		Smeraldo
Tra 100,000 e 249,999		Zaffiro
Tra 250,000 e 999,999		Rubino
Oltre 1,000,000		Diamante



superare. Quando si caricano le foto sul sito c'è la possibilità di servirsi di un applet che consente di ricercare le parole chiave più indicate per le immagini proposte. E questo è di grande aiuto per la successiva fase di indicizzazione. Anche la scelta delle categorie non risulta particolarmente difficile. Il caricamento è piuttosto veloce sia tramite web che attraverso l'ftp.

In questo caso si può richiedere il pagamento una volta raggiunti i 75 dollari, ma si possono selezionare cifre superiori. La notifica del pagamento avviene a fine mese, mentre il pagamento vero e proprio ha luogo il 15 del mese successivo. Lo consigliamo come sito per iniziare in quanto permette di apprezzare immediatamente dei risultati positivi, altri siti invece necessitano di un portfolio di fotografie molto più nutrito per iniziare a guadagnare con una certa continuità. Le cifre pagate inizialmente non sono particolarmente elevate, ma complice il fatto di riuscire a venderne un discreto numero, è piuttosto facile raggiungere risultati a doppia o tripla cifra. Il prezzo pagato per un'immagine in abbonamento parte da 0,25 dollari,

mentre i file *on demand* vengono pagati 0,81 dollari per i download a bassa/media risoluzione e 1,88 dollari per quelli in tutte le altre risoluzioni. In caso di vendita di un'immagine con *enhanced license* si guadagnano subito 28 dollari. Per altri tipi di vendita si riceve invece il 20% del prezzo di vendita fino a 80 dollari.

Raggiunti 500 dollari di guadagno totale c'è il primo aumento che vede i prezzi appena riportati crescere rispettivamente a 0,33, 1,07, 2,48, 28 (invariato) e il 25% del totale di vendita fino a un massimo di 100 dollari. Lo step successivo avviene dopo aver guadagnato 3.000 dollari e vede incrementare il prezzo delle immagini in abbonamento a 0,36 dollari, con un aumento proporzionalmente simile in tutti gli altri casi, con l'unica eccezione delle fotografie vendute come *enhanced license* che rimangono fisse a 28 dollari.

### 3 | FOTOLIA

Sito molto conosciuto a livello europeo. Offre buoni risultati di vendita, ma solo dopo aver raggiunto un discreto numero di fotografie nel proprio portfolio. Per diventare fotografi è sufficiente iscriversi e caricare una serie di immagini per la valutazione. Entro 48 ore si riceverà una risposta e in caso affermativo si potrà iniziare a caricare qualsiasi fotografia.

A differenza di altre agenzie che, dopo un test di ingresso piuttosto severo, sono piuttosto permissive in fase di review delle foto caricate, Fotolia mantiene un certo rigore nella selezione e ciò necessita di dover proporre sempre immagini al top per quanto riguarda la parte tecnica. Fotolia permette di essere fotografi esclusivi, non esclusivi e anche parzialmente esclusivi, ovvero

con solo alcune immagini in vendita in esclusiva su Fotolia. Per ogni categoria di appartenenza varia la percentuale di ricavi. Considerando un fotografo non esclusivo, significa guadagnare 0,25 euro per ogni immagine venduta in abbonamento e il 20% del prezzo venduto per le altre tipologie di immagini. Considerando che il prezzo per la versione extrasmall (XS) di un file è di 1 euro per l'acquirente, significa che il guadagno del fotografo sarà di 0,20 euro. Nel caso si venda la foto a risoluzione massima (X), si guadagnano invece 4 euro.

Raggiunte le 100 immagini vendute (le foto vendute in abbonamento sono conteggiate 1/4) si passa di grado secondo una scala colorata che va dal colore bianco (novizio) al diamante (super esperto). Il primo aumento consiste nel passaggio al livello "bronzo". In questo caso le cifre precedenti passano a 0,27 euro per ogni immagine venduta in abbonamento e si guadagna il 23% dei prezzi pagati per l'acquisto delle singole immagini. A questo aumento però si aggiunge che il prezzo delle immagini vendute aumenta, così che se una fotografia XS viene pagata 0,23 euro, la stessa venduta in formato X permette di guadagnare 11,75 euro (contro i 4 precedenti). Dopo 8 promozioni si raggiunge il livello "diamante" che dà la possibilità di guadagnare 0,40 euro a foto venduta in abbonamento e da un minimo di 1,38 euro per una foto XS a 46 euro per un'immagine scaricata in formato X. Le vendite su Fotolia inizialmente non sono esaltanti, ma non appena il proprio portfolio cresce di numero, le vendite aumentano in maniera esponenziale. La fase di caricamento è piuttosto semplice e Fotolia consente di inserire le parole chiave anche in lingua italiana.

## FOTOLIA

### + PRO

Facile accesso • Promozioni graduali con incrementi di guadagno interessante • Ottime prestazioni di vendita dopo aver superato 1.500 fotografie caricate • Parole chiave anche in italiano

### - CONTRO

Inizialmente poco redditizio • Selezione sempre piuttosto severa



#### 4 | 123RF

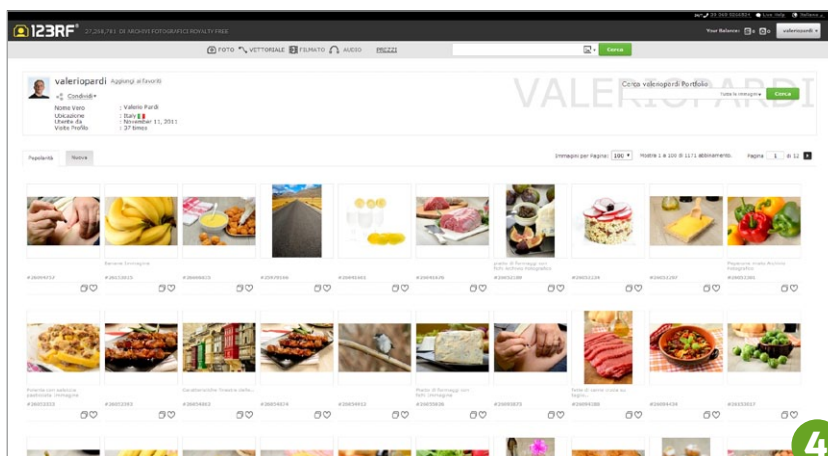
Sebbene esista dal 2005, 123RF (dove dietro RF si nasconde l'acronimo di *Royalty Free*) questo sito non ha mai raggiunto la popolarità di Fotolia e Shutterstock, entrambi più o meno coetanei. Tra i pro c'è però il test d'ingresso, che si è rivelato piuttosto semplice da superare.

I prezzi sono invece nella media: si guadagnano circa 0,2 dollari per ogni foto in abbonamento venduta, mentre per i download singoli si prende il 30% del prezzo dell'immagine venduta. Queste hanno prezzi che variano da un minimo di 1 credito per le immagini in risoluzione S (Small) a 450 crediti per un Tiff da 300 MByte. Il che significa guadagnare da un minimo di 0,3 a 135 dollari a foto venduta.

Come per altre agenzie c'è un sistema di promozione in classifica una volta che si raggiungono determinati

traguardi. Nel caso di 123RF si tratta di una classifica a 10 step, che parte dalla posizione 1 in cui si guadagna il 30% del prezzo del file venduto, alla posizione 10 in cui la percentuale sale al 60% del prezzo dell'immagine. La prima promozione si raggiunge al conseguimento di 250 crediti guadagnati (1 credito = 1 dollaro), quella successiva a 1.000 crediti e l'ultima dopo aver guadagnato l'equivalente di 1 milione di dollari!

Caricando le foto tramite ftp con le keyword nei metadati delle immagini, l'unica operazione da eseguire è quella di indicare una descrizione della foto. Pertanto la fase di caricamento e indicizzazione in 123RF è particolarmente semplice. Le vendite iniziano ad essere interessanti solo dopo aver superato le 1.000 immagini caricate, tuttavia anche in queste condizioni i ricavi si attestano a circa un decimo di quanto permette di guadagnare Shutterstock.



#### 123RF

##### + PRO

Facile accesso • Sistema di caricamento semplificato • Prezzi pagati più che discreti

##### - CONTRO

Vendite scarse • Richiede un portfolio molto nutrito

## ALTRE AGENZIE DI MICROSTOCK

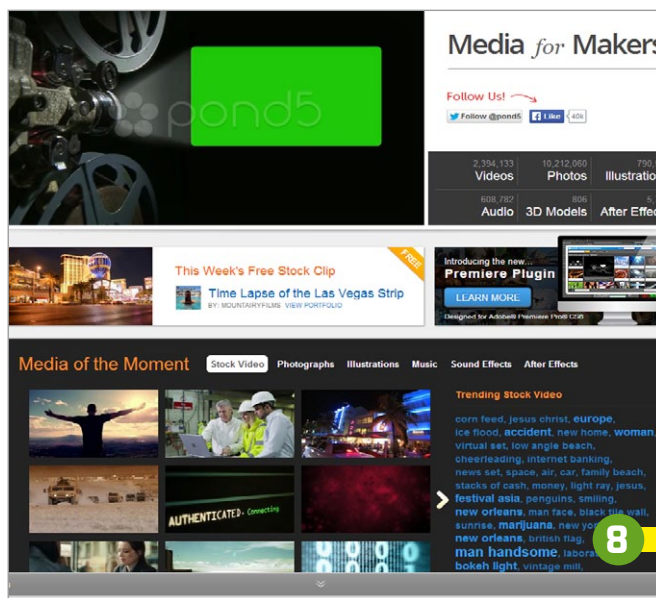
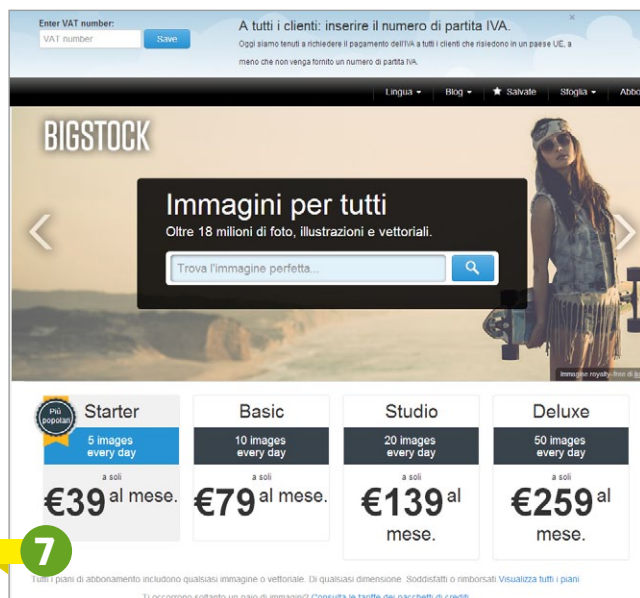
*Le agenzie "minori" possono fornire un buon contributo economico alle vostre vendite.*

#### 5 | DREAMSTIME

Agenzia storica e ben strutturata. Ha subito diversi restyling, ma oggi dispone di un motore di ricerca particolarmente perfezionato. La selezione delle immagini in Dreamstime non è severa, ma occorre cercare di ridurre sempre il rumore e presentare immagini dall'eccellente composizione.

I guadagni non variano in funzione dei download totali fatti registrare dal fotografo, ma sono le singole immagini a entrare in una classifica che ne migliora la redditività. Ogni foto, quando viene accettata parte dal livello 0, dopo il primo download sale al livello 1, per poi passare al livello 2 raggiunti i 5 download e può essere venduta a un prezzo più alto. La situazione si ripete man mano che si raggiungono i traguardi successivi. In tal modo Dreamstime non premia semplicemente il fotografo che raggiunge un certo numero di vendite, ma piuttosto le foto che vengono vendute meglio. La percentuale di ricavi è piuttosto alta, ma il numero di vendite che abbiamo registrato è stato mediamente basso.





## DREAMSTIME

### + PRO

Accesso non particolarmente  
difficoltoso • Buone percentuali  
sulle vendite • Interessante  
sistema di premiazione delle  
singole foto che vendono meglio

### - CONTRO

Risultati di vendita  
sotto le aspettative

## DEPOSITPHOTOS

### + PRO

In italiano • Ben organizzato •  
Percentuali di ricavi  
piuttosto elevati

### - CONTRO

Vendite scarse

## POND5

### + PRO

Buon supporto per i fotografi •  
Guadagni teorici interessanti

### - CONTRO

Vendite molto basse

## BIGSTOCKPHOTO

### + PRO

Facilità d'ingresso • Buoni  
compensi

### - CONTRO

Numero di immagini da sottoporre  
per l'approvazione limitato •  
Vendite basse

## 6 | DEPOSITPHOTOS

Disponibile in italiano anche se le parole chiave non possono essere inserite nella nostra lingua. Sito non molto affermato, ma in netta crescita negli ultimi anni. C'è un test di ingresso che può essere considerato di severità media. Il livello di foto vendute non è molto elevato, ma migliora considerevolmente incrementando il portfolio.

Esiste un sistema di incentivo per i fotografi che vengono premiati man mano che raggiungono determinati obiettivi di vendita. Dal primo livello si passa al secondo raggiunte le 500 vendite. Interessanti le percentuali sul prezzo di vendita. Al primo livello si guadagna comunque il 44% del prezzo di vendita. Le foto vendute con licenza estesa porta a un guadagno da 8 a 26 euro in base al livello di appartenenza. Le foto in abbonamento invece partono da 0,30 euro per gli autori al primo livello. C'è da considerare però che sebbene le percentuali siano molto interessanti, Depositphotos offre dei prezzi di vendita mediamente inferiore ai suoi competitor, per cui i guadagni totali non sono così interessanti come le sole percentuali lascerebbero intuire.

## 7 | POND5

Sito rinnovato e piuttosto differente dalle altre agenzie. Non ha test di ingresso, per cui dopo essersi iscritti si può iniziare a caricare le fotografie. Pond5 accetta anche video, illustrazioni, audio, modelli

3D e After Effects. La verifica delle immagini inviate non è rapida, ma sia in caso di accettazione che di rifiuto delle fotografie viene fornita una descrizione delle motivazioni e il nome del selezionatore, con la possibilità di ricontattarlo per discutere della scelta effettuata. Pond5 è molto sensibile al rumore e alla qualità complessiva delle immagini. Anche l'originalità è importante e in caso si invio di diverse fotografie simili si ottiene un rifiuto delle stesse. I guadagni sono buoni, ma le vendite quasi inesistenti nel nostro periodo di prova non lo rendono un sito di principale interesse

## 8 | BIGSTOCKPHOTO

Questo è un sito che vale la pena tenere d'occhio. I prezzi pagati per singole foto vendute sono piuttosto interessanti, si parte da 0,50 a 25 dollari e le immagini in abbonamento vengono pagate 0,25 dollari.

Il test di ingresso non è particolarmente complesso, ma una volta accettato si possono sottoporre per l'approvazione solo un numero limitato di foto, 15 all'inizio. I tempi di approvazione sono piuttosto lunghi e nel caso la percentuale di foto ammesse fosse bassa, il numero di foto da sottoporre diminuisce, in caso contrario aumenta. In questo modo però i tempi per costruire un portfolio vasto e ben strutturato si allungano considerevolmente anche se si ha a disposizione un discreto numero di immagine pronte per essere vendute. Le vendite sono basse, ma piuttosto regolari