

# italiano **Orafco**

Since 1946



LUXURY

ALTAGAMMA

## JEWELS ON BOARD

## TRUE-LUXURY CONSUMERS

IN LEBOLE





## DESIGN: I PRINCIPI DI CORRETTEZZA

/ di Ercole Bonini  
President of Studio Bonini | Patents & Trademarks

Orecchini di **Mattioli** in oro bianco  
con diamanti e onice. Collezione Puzzle.

**D**ire che il design italiano, in ogni campo, è famoso, ricercato, acquistato in ogni parte del mondo, è ripetere ciò che ormai tutti sanno. E tutti sanno che il design italiano si distingue per la sua leggerezza, per l'armonia delle linee unite alla sua essenzialità. Particolarmente il design dei prodotti orafi ha successo nel mondo proprio per le caratteristiche che abbiamo elencato, tanto che gli orafi italiani non sono costretti a vendere i loro prodotti al prezzo più basso in assoluto, dovendo competere solamente con i colleghi italiani. Così chi progetta, disegna e realizza il prototipo di un nuovo gioiello è una figura centrale del business dell'oreficeria. Ci sono aziende in cui gli stessi titolari sono i designer dei loro prodotti, o almeno i massimi ispiratori delle nuove creazioni. Altre aziende, forse la maggior parte, si affidano a designer esterni che hanno competenze specifiche del settore. In questo ultimo caso ci permettiamo di evidenziare alcuni punti che dovrebbero ispirare un sano e costruttivo rapporto tra designer e azienda orafa. Innanzitutto non riteniamo che sia sufficiente, di fronte alle proposte di nuovi progetti del designer, scegliere semplicemente quelli che sembrano i più validi prodotti e di conseguenza stabilire un prezzo per l'acquisizione di ciascuno di loro. Secondo la nostra esperienza sarebbe bene redigere con il designer un "accordo quadro" nel quale si stabiliscono alcuni principi basilari da rispettare sia da parte dell'azienda che da parte del designer, nel caso che quest'ultimo sia un libero professionista senza vincoli di esclusiva. La prima, e forse più importante, condizione da stabilire in un contratto scritto è che i modelli proposti dal designer e accettati dall'azienda (anche con eventuali piccole modifiche) dovranno essere prodotti "in via esclusiva" dall'azienda e non potranno essere presentati o proposti dal designer ad altre aziende, anche con modifiche che alterino in modo trascurabile il motivo principale espressivo del nuovo modello. Ugualmente l'azienda, che si dichiara non interessata a uno o più modelli offerti dal designer, non potrà poi copiare o "ispirarsi" in modo pressoché pedissequo a un modello inizialmente rifiutato. Questi sono i principi di correttezza che debbono ispirare sia il designer, sia l'azienda. Solo su queste basi può instaurarsi il giusto clima di fiducia e di stima reciproca che permette che il rapporto si consolidi nel tempo. Riteniamo che la maggior parte dei rapporti azienda/designer siano già impostati sui principi sopra ricordati: ci permettiamo però di consigliare comunque la forma scritta di questi accordi, anche se instaurati da diverso tempo, e ciò per ragioni abbastanza semplici, come ad esempio il possibile cambio della persona di riferimento in azienda per l'avvicendamento naturale, specie per le aziende familiari. Quando gli accordi sono scritti e sono ben equilibrati assicurano i migliori risultati e le migliori soddisfazioni da ambedue le parti.

To say that Italian design is famous, sought after and purchased all over the world is to repeat what everyone already knows. Everyone knows that Italian design stands out for its elegant lightness and harmonious lines combined with minimalist style. Jewellery design is successful worldwide because of these characteristics, which means that Italian goldsmiths don't necessarily have to sell their products at the lowest possible price, because their only competitors are their Italian colleagues. Those who design and prototype jewellery have a key role in the jewellery business. In some companies, the owners design their own products or at least inspire the company's new creations. Other companies, perhaps most of them, hire external designers with specific skills in the industry. In the latter case, we would like to highlight some points that should inspire any healthy, constructive relationship between designers and jewellery companies. First, when receiving a designer's proposals, we think it is not enough to just pick the ones that look best and set a price to acquire each of them. In our experience, it may be useful to draw up a "framework agreement" with the designer, setting some basic conditions to be met by both the company and the designer, if the latter is a freelancer with no exclusive rights. The first and perhaps most important condition that should be included in a written agreement is that any ideas proposed by the designer and accepted by the company (even if small changes are made) must be produced "exclusively" by the company and cannot be presented or proposed by the designer to any other companies, not even after making changes that slightly alter the main theme of the new design. Likewise, a company that claims not to be interested in one or more of a designer's proposals, cannot copy or be slavishly "inspired" by a rejected design. These basic principles of fairness should inspire both the designer and the company, creating the right climate of trust and mutual esteem that will strengthen and improve the relationship over time. We believe that most company/designer relationships are already based on these principles; however, we recommend putting these terms in writing, even if they have been established for quite some time. The reasons are simple; for example, the company's contact person may change over time due to staff turnover, especially in family businesses. When agreements are written and balanced, they ensure that the best results and the highest level of satisfaction are achieved by both parties.

[e.bonini@ipbonini.com](mailto:e.bonini@ipbonini.com)