



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

La diffusion est fixée. Le studio, non. **\$4 104 d'express.**

Comment une agence de création achète la CGI d'un lancement : key visuals, spot FOOH et film sous votre nom, une campagne chiffrée et les lignes de brief qui la font passer en express.

POUR COMMENCER

L'idée est vendue avant d'être construite

Une agence de création vend l'idée d'abord et la construit ensuite. Le pitch se gagne sur des images que personne n'a à faire fonctionner dans une vraie rue, avec le vrai produit, à toutes les tailles du plan média. La production démarre après la signature du client, et la date de diffusion était fixée bien avant.

L'essentiel des dépassements que nous voyons naît de cet écart. Les images du pitch ont été faites vite, souvent avec l'IA ou par un freelance, et rien n'en passe en production. Le studio est briefé une fois le client d'accord, le modèle part de zéro, et les semaines prévues pour les aperçus servent à rattraper le retard. L'express est le prix honnête du temps perdu, et l'agence le paie parce que le prix client a été arrêté au pitch.

CE QUE L'AGENCE PLANIFIE

CE QUI FIXE VRAIMENT LE COÛT

01	L'idée et les images de pitch validées	Si le produit, la lumière et le lieu de ces images peuvent être construits tels quels.
02	La validation du client	Le moment où le studio entend parler du projet. Chaque semaine entre pitch et brief est prise sur la production.
03	Un spot FOOH « en ville »	La plaque : les images tournées, la rue et le mouvement de caméra que la 3D doit suivre.
04	Le key visual du deck	Le plan média : tailles d'affichage, vertical, carré et durées de film, cadrés à la caméra plutôt que recadrés après.

Briefez le studio la semaine du pitch.

Pas pour engager le budget, pour réserver le temps. Un modèle commencé pour les images du pitch passe en production, et la date de diffusion cesse d'être une commande express.



Rendu de production Maverick Frame.

LA CAMPAGNE

Un lancement produit, chiffré ligne par ligne

Un composite des campagnes de lancement que les agences de création nous confient, chiffré à notre tarif public de \$45 de l'heure pour la CGI produit, l'animation et le FOOH. Un produit, trois key visuals hero, un spot FOOH, un film de 30 secondes et chaque format prévu au plan média. La dernière ligne reprend le même lot, briefé après validation.

LIVRABLE		BASE	À \$45 DE L'HEURE
01	Modèle produit depuis la CAO ou le plan de découpe, détail hero	16 h	\$720
02	Styleframes du pitch : deux images de preuve de concept	2 x 6 h	\$540
03	Key visuals hero, les trois qui portent la campagne	3 x 12 h	\$1 620
04	Key visuals secondaires pour le print et le digital	4 x 8 h	\$1 440
05	Spot FOOH, 15 secondes, sur plaque tournée et trackée	44 h	\$1 980
06	Film produit hero, 30 secondes	60 h	\$2 700
07	Déclinaisons du film : 15 et 6 secondes	2 x 6 h	\$540
08	Formats affichage, 16:9, 9:16 et 1:1, prévus à la caméra	16 x 1 h	\$720
Prévu dès le pitch, planning standard, 228 heures			\$10 260
Briefé après validation : express sur tout le lot, environ 40 %			+ \$4 104
Réservé au pitch			\$10 260
Réservé après validation, à trois semaines de la diffusion			\$14 364

SEMAINES AVANT DIFFUSION	EN PRODUCTION	CE QUE VOIT VOTRE CLIENT
8	Brief, modèle issu des images du pitch, plaque tournée reçue	Rien pour l'instant
6	Styleframes et storyboard du film	Le look, à valider
4	Premiers jets des key visuals, tracking FOOH, aperçu du film	Premiers jets, un tour
2	Finales, lumière et étalonnage, film complet	Images et film finaux
1	Déclinaisons et tous les formats	La livraison, par emplacement

LES ERREURS

Les erreurs de votre côté de la table

Ces lignes, nous les lisons presque chaque mois dans les briefs d'agences de création. Chacune est raisonnable dans un document de pitch et coûteuse en production.

CE QU'ÉCRIVENT LES AGENCES DE CRÉATION	CE QU'IL FAUT ÉCRIRE
01 « Nous briefons la production dès que le client signe »	Briefez-nous la semaine du pitch avec ce que vous savez. Nous bloquons le temps, et le modèle du pitch passe en production.
02 « Reprendre les images validées par le client »	Dites quelles images donnent l'ambiance et lesquelles montrent le produit tel que signé. Les images IA faussent souvent proportions et étiquettes, et le client se souvient de l'image.
03 « Photoréaliste, comme dans le deck »	Nommez ce qui doit être exact : le produit jusqu'à l'étiquette, la ville, l'heure du jour. Puis dites ce qui peut être stylisé.
04 « FOOH en centre-ville, lieu à confirmer »	Envoyez la plaque ou la rue et le mouvement de caméra. La 3D suit les images tournées, donc elles viennent d'abord.
05 « Diffusion mi-octobre »	La vraie date de diffusion, la dernière revue du client et la date limite média. Nous remontons le planning à partir des trois.
06 « Tous les formats du plan média »	Le plan média lui-même : tailles d'affichage, 16:9, 9:16, 1:1 et durées de film. Les images sont composées par emplacement, pas découpées dans un master.
07 « Packaging définitif à suivre »	Envoyez dès maintenant la CAO ou le plan de découpe actuel et signalez ce qui peut encore changer. Changer une étiquette tard coûte peu ; une nouvelle forme, non.

L'idée reste la vôtre.

Nous travaillons en marque blanche, signons votre NDA et restons hors de la réunion client sauf si vous nous y invitez. Les remarques nous arrivent d'une seule personne à l'agence, en une liste par tour.

Avant qu'un spot FOOH passe en production

- ☐ Une plaque tournée à la résolution de livraison, ou une date de tournage.
- ☐ Le mouvement de caméra et l'objectif, même filmés au téléphone dans la rue.
- ☐ L'heure et la météo, calées sur la plaque plutôt que sur l'image du pitch.
- ☐ L'échelle du produit dans la rue, en croquis rapide sur une image de la plaque.
- ☐ Chaque emplacement et chaque durée de diffusion du spot, version verticale comprise.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les agences de création nous envoient

Les agences dont les logos figurent sur nos pages de services n'envoient pas de cahier des charges de production. Pour un lancement, elles envoient quelque chose de proche de ceci, avec le deck du pitch en pièce jointe, et cela suffit pour chiffrer et réserver le temps.

01	L'idée	Un paragraphe, et les images validées par le client.
02	Le produit	CAO, plan de découpe ou photos d'échantillon, et ce qui change encore.
03	Key visuals	Combien de hero, combien d'images secondaires.
04	Film	Durée du master et de chaque déclinaison.
05	FOOH	Le lieu, la plaque ou qui la tourne, le mouvement de caméra.
06	Le plan média	Chaque emplacement, taille et durée.
07	Les dates	Styleframes, premiers jets, revue client, diffusion.
08	Le relecteur	La seule personne qui consolide les remarques.
09	Marque blanche	Aucun crédit studio, et votre droit de montrer le travail dans votre bande démo.
10	Le budget	Votre prix d'achat, pas celui du client.

Des styleframes avant les key visuals

Deux images qui fixent la lumière, l'objectif et l'étalement coûtent un jour ou deux. Validées d'abord, elles gardent chaque image suivante et le film sur un même look.

Un modèle, toutes les étapes

Le produit construit pour le pitch est celui que nous éclairons pour le film et intégrons dans la plaque FOOH. Rien n'est modélisé deux fois.

CE QUE CELA COÛTE

Prix du marché et nos conditions, pour vérifier n'importe quel devis

Fourchettes observées sur le marché en 2026, de l'indépendant au studio. Servez-vous-en pour vérifier n'importe quel devis, y compris le nôtre.

TRAVAIL COMMANDÉ	INDÉPENDANT	STUDIO
Image extérieure, à l'unité	\$100 - 300	\$250 - 600
Image intérieure, à l'unité	\$120 - 350	\$300 - 700
Lot de 5 - 8 vues	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animation, à la minute	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nos délais et nos conditions de correction standard. C'est ce que nous chiffrons, sauf si un projet demande autre chose, et nous le disons avant de commencer.

ÉTAPE OU LIVRABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Premier jet d'une image fixe	3 à 5 jours ouvrés à partir d'un brief complet
Images finales, lot de 5 - 8	2 à 3 semaines, premiers jets compris
Animation jusqu'à une minute	4 à 6 semaines, storyboard et prévisualisation d'abord
Tours de correction inclus	Deux au stade du premier jet, un sur l'image finale
Ce qui compte comme un tour	Une seule liste de remarques consolidée, envoyée en une fois
Livraison express	Deux fois moins de temps pour environ 40 % de plus, si le planning le permet

Choisissez un studio avant que l'échéance ne brûle

Les projets les plus coûteux que nous voyons ne sont pas ceux qui ont été mal briefés. Ce sont ceux qui l'ont été dans l'urgence, après la défaillance du premier prestataire, sans que la date de lancement bouge. Évaluez un ou deux studios tant que rien ne presse.

Un mot sur l'internalisation : un seul graphiste 3D a besoin d'une dizaine d'abonnements logiciels, d'une station de travail et de toute une série de compétences voisines, de la modélisation et de l'éclairage à la post-production et à la relation client. Cela ne se rentabilise que si cette personne est occupée tous les jours. En dessous, le calcul penche de lui-même vers l'externalisation.

LA SUITE

Envoyez-nous le deck et la date de diffusion

Le deck du pitch, les images validées par le client, la CAO ou des photos du produit et le plan média, dans l'état où ils sont. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/

Production CGI pour agencesmaverickframe.com/fr/solutions/agences-de-marketing/

Ou tout simplementrépondez à l'e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dim Kuzmenko est cofondateur de Maverick Frame Studio. Les chiffres de ce guide viennent de notre propre boîte de réception et de notre propre grille tarifaire, pas d'une enquête sectorielle.