



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Gardez l'image hero. Nous faisons les **soixante autres.**

Comment une équipe interne s'appuie sur un studio au pic d'un lancement : quoi garder, quoi confier, un renfort chiffré et les consignes de passation qui décident s'il colle à votre look.

POUR COMMENCER

Le pic arrive avant les renforts

Un studio interne est dimensionné pour un mois ordinaire. Puis un lancement tombe : nouveaux produits, tous les coloris, scènes lifestyle, fichiers pour le site et pour les distributeurs, le tout pour la même date. L'équipe n'a pas besoin d'un nouveau directeur artistique. Il lui faut plus de bras derrière celui qu'elle a.

Les équipes se trompent souvent de deux façons. Elles cherchent de l'aide seulement quand le pic a commencé, et la première semaine sert à expliquer le look à des gens qui ne l'ont jamais vu. Ou elles confient la mauvaise partie : l'image hero à laquelle elles tiennent le plus part chez le studio externe, pendant que leur propre équipe passe le lancement sur les packshots et les coloris, les plus faciles à confier. Les deux coûtent de l'argent, et la seconde coûte le meilleur travail de la marque.

CE QUE GARDE VOTRE ÉQUIPE		CE QU'IL FAUT CONFIER À UN STUDIO	
01	La direction artistique, et l'image hero	La gamme derrière : angles, coloris, détails, images lifestyle.	
02	Le look, tel que votre équipe le définit	Un rendu fini et conforme à la marque à reproduire, et son fichier de scène si vous l'avez.	
03	La validation finale, dans votre propre outil de revue	Des premiers jets livrés dans cet outil, avec votre nommage, à vos tailles.	
04	La charte de la marque	Les pages qui concernent l'imagerie produit, et les règles qui ne plient jamais.	

Intégrez un studio entre deux pics, pas pendant.

L'aide extérieure la plus chère est celle qu'on trouve dans l'urgence. Un petit projet un mois calme apprend votre look à un studio, et le lancement suivant démarre au premier jour au lieu de la deuxième semaine.



Rendu de production Maverick Frame.

LE LOT DE RENFORT

Un pic de lancement, chiffré ligne par ligne

Un composite des renforts de lancement que les équipes internes nous confient : six nouveaux produits, soixante images et un fichier 3D par produit, chiffrés à notre tarif public de \$45 de l'heure. Votre équipe garde les images hero. La ligne 01 se paie une fois et sert à chaque lancement suivant.

POSTE	BASE	À \$45 DE L'HEURE
01 Calage du style : un de vos rendus refait à votre lumière, objectif et étalonnage	12 h, une fois	\$540
02 Modèles produit depuis votre CAO, six produits	6 x 8 h	\$2 160
03 Packshots sur votre fond, trois angles chacun	18 x 3 h	\$2 430
04 Coloris, deux par produit, face et trois-quarts	24 x 0,5 h	\$540
05 Images lifestyle dans les décors de votre marque	6 x 10 h	\$2 700
06 Gros plans de détail : matières, fermetures, textures	12 x 2 h	\$1 080
07 Fichiers 3D pour le web et les visionneuses AR, GLB et USDZ	6 x 3 h	\$810
08 Livraison selon votre cahier de fichiers : nommage, tailles, profil colorimétrique	8 h	\$360
Calage du style, ligne 01, payé une fois		\$540
Production du lancement, lignes 02-08, 224 heures		\$10 080
Le pic de lancement, 236 heures à \$45		\$10 620
Les mêmes 236 heures en abonnement dès \$35		dès \$8 260

Qui fait quoi. Votre équipe garde les six hero. Les soixante images derrière eux nous reviennent.

TYPE D'IMAGE	NOMBRE	QUI LA FAIT
Images hero du lancement	6	Votre équipe
Packshots, coloris et gros plans	54	Le studio, selon votre cahier
Images lifestyle	6	Le studio, selon votre direction artistique

La ligne 01 est l'assurance la moins chère du lot.

Douze heures passées à reproduire un de vos rendus finis, et le premier jet ressemble déjà à votre marque. Sans elles, le premier tour de remarques porte sur le look au lieu des produits.

LES ERREURS

Les erreurs de votre côté de la table

Les équipes internes connaissent leur marque mieux que n'importe quelle agence, et cela se voit dans leurs briefs. Ce qui manque, c'est la passation : les fichiers, les outils et les règles que l'équipe applique chaque jour sans les écrire.

CE QU'ÉCRIVENT LES ÉQUIPES INTERNES	CE QU'IL FAUT ÉCRIRE
01 « Respecter le look de notre marque »	Envoyez un rendu fini que vous jugez conforme, et son fichier de scène s'il existe. Nous le refaisons d'abord.
02 « Charte en pièce jointe » (toute la plateforme de marque)	Les pages qui concernent l'imagerie produit : fonds, ombres, cadrages, couleur, ce qui n'apparaît jamais.
03 « Livrer comme d'habitude »	Le cahier de fichiers : formats, tailles en pixels, profil colorimétrique, nommage, transparence, et où déposer les fichiers.
04 « Les retours viendront de l'équipe »	Invitez-nous dans votre outil de revue et nommez la seule personne dont la validation clôt un tour.
05 « Nous aurons besoin d'aide autour du lancement »	Réservez les dates dès maintenant, et envoyez un produit pour un rendu test tant que rien ne presse.
06 « CAO à suivre, côté bureau d'études »	Envoyez ce qui existe aujourd'hui et signalez ce qui changera : forme, couleur, étiquette. Nous modélisons l'état actuel et mettons à jour.
07 Rien sur les fichiers sources	Dites si vous voulez récupérer les modèles et les scènes, et dans quel logiciel. C'est une question de périmètre, pas un détail de fin de projet.

Votre direction artistique, nos heures.

Nous travaillons derrière votre équipe, pas à côté. Votre directeur artistique fixe le look et valide ; nous répondons à cette personne, dans votre outil, à votre rythme, et rien ne porte notre nom.



Rendu de production Maverick Frame.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les équipes internes nous envoient vraiment

Les équipes de marque dont les logos figurent sur nos pages de services n'envoient pas de cahier des charges de production. Pour un pic de lancement, elles envoient quelque chose de proche de ceci, avec un lien vers un dossier, et cela suffit pour chiffrer et lancer le calage du style.

01	Le lancement	Produits, nombre de références, date de lancement.
02	Le look	Un rendu conforme à la marque, et son fichier de scène s'il existe.
03	Le partage	Ce que garde votre équipe, ce que nous prenons.
04	Fichiers produit	CAO, échantillons ou codes de finition, et ce qui est définitif.
05	La liste d'images	Nombre par type : packshots, coloris, lifestyle.
06	Le cahier de fichiers	Formats, tailles, profil colorimétrique, nommage.
07	La revue	Votre outil de revue, et le seul valideur.
08	Règles de marque	Les pages imagerie de la charte.
09	Les dates	Premiers jets, revue interne, lancement.
10	Fichiers sources	Si vous voulez récupérer les modèles, et dans quel format.

Commencez petit, un mois calme

Un produit, un packshot, une image lifestyle. Cela teste le look, le cahier de fichiers et la boucle de revue avant que quoi que ce soit ne presse.

Réservez le prochain pic

Si vos lancements suivent un calendrier, un abonnement à partir de \$35 de l'heure garde la capacité réservée pour les semaines que vous savez déjà chargées.

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 un rendu dont vous êtes fiers

Une image finie conforme à la marque, la CAO derrière elle, votre cahier de fichiers et le brief de lancement qui existe, dans l'état où il est. 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 le fondateur 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.