

GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Douze coloris. Trois cuisines. Une seule maquette.

Le plan de rendu d’ambiance d’un lancement électroménager : quelles cuisines, quels angles, quels coloris, et ce que coûte tout le jeu prêt pour les enseignes aux tarifs studio.

Dim Kuzmenko
Cofondateur, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

POUR COMMENCER

Le produit est prêt. La cuisine, non.

Un lancement d'électroménager a souvent un produit fini et aucune image finie. Les échantillons d'usine sont en retard, les coloris n'existent qu'en pastilles sur une planche, et chaque enseigne veut son propre jeu d'images dans son propre format, pour la même date.

La plupart des marques répondent par un shooting par marché, pour découvrir ensuite qu'il couvre deux coloris, une cuisine et aucun des recadrages des enseignes. Le rendu 3D retourne le problème : le produit est construit une fois d'après la CAO, et chaque cuisine, chaque couleur et chaque format devient ensuite une variante d'un travail déjà fait.

	CE QUE SUPPOSE UN LANCEMENT PAR SHOOTING	CE QUE FAIT UN LANCEMENT EN 3D
01	**Chaque coloris exige un échantillon**	Les coloris viennent des références de finition et d'une pastille physique. L'échantillon sert à vérifier, pas à photographier.
02	**Une seule cuisine sert tous les marchés**	Trois cuisines, construites une fois, couvrent le studio compact, la maison familiale et le haut de gamme.
03	**Les formats des enseignes sont recadrés après**	Les recadrages sont prévus à la caméra : rien d'important ne sort d'un carré ou d'une bannière.
04	**L'animation est une campagne à part**	Une courte boucle sort de la même maquette et de la même scène, pour une fraction d'une nouvelle production.

Organisez le jeu autour des coloris, pas des cuisines.

Les cuisines sont la partie chère, et il en faut peu. Les coloris coûtent peu une fois la cuisine principale construite : la première question à trancher est donc quelle scène porte les douze.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VUES

Le jeu de lancement, chiffré ligne par ligne

Un composite des lancements d'électroménager que nous chiffrons, aux tarifs d'un studio de milieu de marché. Il suppose un produit en douze coloris, trois marchés et quatre enseignes. Adaptez les lignes à votre gamme ; la logique reste la même.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Maquette produit d'après votre CAO, finitions calées sur les échantillons	modélisation	**$1 200**
02	Trois cuisines principales, une par marché ou gamme de prix	3 x $650	**$1 950**
03	Deux angles complémentaires dans chaque cuisine	6 x $400	**$2 400**
04	Douze coloris posés dans la cuisine principale	12 x $90	**$1 080**
05	Douze détourés de coloris sur fond blanc pour les enseignes	12 x $110	**$1 320**
06	Gros plans : commandes, écran, poignée, ligne de charnière	6 x $220	**$1 320**
07	Porte ouverte, intérieur garni d'aliments et de vaisselle	2 x $450	**$900**
08	Boucle de 15 secondes sur une fonction, pour les fiches produit	15 sec	**$1 500**
09	Recadrages et formats selon quatre cahiers des charges d'enseignes	forfait	**$400**
	Construit une fois : la maquette produit		$1 200
	41 images, une boucle et les formats enseignes		$10 870
	Le jeu de lancement, chiffré en composite		**$12 070**
	Chaque coloris ajouté ensuite		**$200**

Le treizième coloris coûte $200.

C'est tout l'intérêt de bien construire une fois la maquette et la cuisine principale. Chaque finition après le lancement, couleur saisonnière ou exclusivité d'enseigne, se pose dans une scène qui existe déjà, sans nouvelle production.

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ DE LA TABLE

Six phrases qui coûtent aux marques d’électroménager

Elles viennent des briefs d’électroménager et d’électronique que nous recevons. Chacune est raisonnable seule ; ensemble, elles doublent le devis ou laissent les enseignes sans ce qu’elles ont demandé.

	CE QUE VOUS ÉCRIVEZ SOUVENT	CE QU’IL FAUT ÉCRIRE
01	**Chaque coloris dans chaque cuisine**	Nommez une cuisine principale pour toute la gamme de couleurs. Les autres cuisines portent les deux ou trois couleurs que ce marché vend vraiment.
02	**Photoréaliste, comme une vraie cuisine**	Envoyez trois cuisines de référence que vous aimez et dites qui achète le produit. Le réalisme va de soi ; c’est l’univers de l’acheteur qu’il nous faut.
03	**Le produit doit être exact**	Dites quelles parties doivent suivre la CAO au millimètre, souvent la façade, les commandes et le logo, et lesquelles peuvent être simplifiées à l’intérieur.
04	**Toutes les images pour tous les canaux**	Listez les enseignes et collez leurs cahiers des charges images. Un recadrage prévu à la caméra ne coûte rien ; un recadrage forcé après coup coûte un nouveau rendu.
05	**Une vidéo comme la pub télé**	Demandez une boucle de 10 à 20 secondes tirée de la même scène pour les fiches produit. Un film narratif est un projet à part, avec son propre brief.
06	**Couleurs à suivre à l’arrivée des échantillons**	Envoyez dès maintenant les références de finition et une pastille physique. Les coloris s’ajustent sur la maquette pendant que l’usine rattrape son retard.

L’écran est un élément à part.

Si votre produit a un écran ou un panneau lumineux, envoyez le visuel de l’interface en fichier à plat. Nous le posons sur la maquette ; la photo d’un écran de prototype ne se lit jamais proprement dans un rendu.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les marques nous envoient vraiment

Les clients dont les logos figurent sur nos pages de services n’envoient pas de cahier des charges. Pour un lancement, ils envoient quelque chose de proche de ceci, souvent dans le corps d’un e-mail, et cela suffit pour chiffrer.

01	**Le produit**	Nom du modèle, fichier CAO ou STEP, et les parties qui doivent être exactes.
02	**Les coloris**	Références de finition ou une liste, et celui qui mène le lancement.
03	**Les cuisines**	Combien, pour quels marchés, avec deux ou trois références chacune.
04	**Angles par cuisine**	Un nombre. Marquez la vue principale si vous la connaissez déjà.
05	**Besoins des enseignes**	Leurs noms et leurs cahiers des charges images, collés tels quels.
06	**Les gros plans**	Les fonctions que montre un vendeur : commandes, écran, capacité.
07	**L’animation**	Si vous avez besoin d’une courte boucle, et où elle sera diffusée.
08	**La date de lancement**	La vraie, et la date à laquelle les enseignes veulent les visuels avant elle.
09	**Le budget**	Un montant ou une fourchette, pour ajuster le jeu en conséquence.

Commencez par un coloris

Validez d’abord la maquette et la cuisine principale dans une finition. Une fois cette image juste, les onze autres suivent en quelques jours, pas en quelques semaines.

Gardez les scènes sous la main

Demandez que les cuisines soient archivées. Le modèle de la saison suivante prend place dans la même pièce, et le jeu reste cohérent d’une année sur l’autre.

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 CAO, échantillons et finitions

Fichiers CAO ou STEP, un échantillon physique si la finition est difficile à lire, des nuanciers ou des références de finition, et le brief que vous avez, dans l'état où il est. Nous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui le déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Scènes électroménager et électronique	maverickframe.com/fr/services/perspective-3d-interieure/
Ou tout simplement	répondez 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.