



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Une maquette, un comptoir, une campagne : quarante images.

Le plan de rendu d'un lancement cosmétique pour l'e-commerce, la distribution et les réseaux, chiffré ligne par ligne à partir d'un seul jeu de maquettes de packs, avec le brief d'une page.

POUR COMMENCER

Le lancement est fabriqué trois fois

Un lancement cosmétique achète souvent ses images à trois endroits : un studio packshot pour l'e-commerce, un photographe pour la campagne et l'agence d'architecture commerciale pour le comptoir. Trois budgets, trois versions du même flacon, et trois couleurs légèrement différentes du même rouge à lèvres.

Les marques paient trop en faisant recréer le produit pour chaque canal. Et elles sous-exploitent la 3D en la cantonnant aux packshots sur fond blanc, alors que la même maquette peut habiller le comptoir, remplir le linéaire et tenir la vedette de la campagne.

ACHETÉ SÉPARÉMENT	DEPUIS UNE SEULE MAQUETTE
01 Des packshots refaits pour chaque teinte	Une maquette par pack, teintes et contenances en changement de matière, pour une fraction d'une nouvelle image.
02 Une campagne shootée avec des échantillons de présérie	Des scènes de campagne construites d'après les plans de découpe définitifs : le pack de la pub est celui du rayon.
03 Des plans de comptoir de l'agence retail	Le comptoir rendu en situation de magasin, pour les présentations acheteurs et la validation de l'enseigne.
04 Des contenus réseaux faits avec les restes	Recadrages et courtes boucles prévus dès le premier brief, cadrés en 1:1 et 9:16 dès le départ.

La couleur doit être celle du tube.

La correction la plus chère en cosmétique, c'est la justesse des teintes. Envoyez des échantillons physiques et les références couleur avec les fichiers, et convenez avant la première esquisse de l'écran ou de l'épreuve imprimée qui fait foi.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VUES

Le jeu du lancement, chiffré

Un composite des jeux de lancement que nous chiffrons, aux tarifs d'un studio de milieu de marché, pour trois références, un sérum, une crème et un nettoyant, en e-commerce, en distribution et sur les réseaux. Quarante images fixes et trois boucles, toutes issues des trois mêmes maquettes.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Maquettes de packs d'après plans de découpe et CAO fournisseur, trois références	3 x \$450	\$1 350
02	Packshots principaux sur fond blanc, un par référence	3 x \$350	\$1 050
03	Variantes de teinte et de contenance sur fond blanc	14 x \$120	\$1 680
04	Gros plans de texture et swatches : crème, gel, huile	5 x \$300	\$1 500
05	Scènes de campagne, décors stylisés	3 x \$600	\$1 800
06	Scènes de campagne recadrées en 1:1 et 9:16	8 x \$80	\$640
07	Meuble comptoir en grand magasin	2 x \$550	\$1 100
08	Vues de linéaire et de gondole avec la gamme en place	3 x \$400	\$1 200
09	Corner ou espace éphémère	2 x \$600	\$1 200
10	Boucles produit de 10 secondes pour les réseaux	3 x \$900	\$2 700
	Maquettes et quarante images fixes, 01-09		\$11 520
	Animation, 10		\$2 700
	Le jeu de lancement complet		\$14 220
	L'e-commerce d'abord, lignes 01-04		\$5 580

C'est la ligne 03 qui fait les économies.

Quatorze variantes de teinte et de contenance coûtent moins que les trois scènes de campagne, parce que la maquette existe déjà. Plus tôt chaque variante est listée, moins elle coûte.

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ DE LA TABLE

Ce que disent les briefs beauté, et quoi écrire

Sept phrases que nous lisons dans presque tous les briefs cosmétiques. Chacune multiplie le nombre d'images ou se transforme en tour tardif de corrections de couleur.

DANS LE BRIEF	CE QU'IL FAUT ÉCRIRE
01 Photoréaliste, comme une photo	Dites quelle photo : envoyez deux références de lumière et de fond que vous aimez déjà. Le mot décrit chaque rendu que nous livrons et n'en décide aucun.
02 Respecter les couleurs de la marque	Envoyez des échantillons physiques et les références couleur de chaque teinte, et nommez l'épreuve qui tranche.
03 Toutes les teintes, toutes les contenances	Listez les références et leurs teintes dans un tableau. Un tableau de variantes fait de quarante images un travail de routine, pas quarante questions.
04 Luxe, épuré, minimal	Nommez le comptoir ou le linéaire voisin et le positionnement prix. « Épuré » en pharmacie et en grand magasin, ce sont deux images différentes.
05 Des visuels de texture de la formule	Dites quelles textures comptent : crème, gel, poudre, huile. Chacune est simulée à part et chiffrée par texture.
06 Packaging à finaliser	Envoyez le dernier plan de découpe et marquez ce qui peut encore changer. Les textes peuvent changer tard ; la forme du flacon, non, sans nouvelle maquette.
07 Du contenu pour tous les canaux	Listez les canaux et leurs formats. Cadrer en large, carré et vertical d'un coup coûte moins que recadrer après.

Un tableau vaut mieux que quarante e-mails.

Un tableur référence, teinte, contenance et référence couleur, envoyé avec le brief, est la pièce jointe la plus utile en cosmétique. Il fixe le nombre d'images, le prix et le nom de chaque fichier livré.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les marques beauté 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, avec un colis d'échantillons en route.

01	Le lancement	La gamme, le nombre de références et la date de lancement. Une ligne.
02	Les fichiers	Plans de découpe et CAO du fournisseur d'emballage. Précisez lesquels sont définitifs.
03	Les échantillons	Des packs physiques, même de présérie, envoyés avec le brief.
04	Teintes et contenances	Un tableau : référence, teinte, contenance, référence couleur.
05	Les textures	Quelles formules ont besoin d'un swatch ou d'un gros plan, le cas échéant.
06	À quoi ça sert	E-commerce, acheteurs de la distribution, comptoir, campagne, réseaux.
07	Le point de vente	Où le produit sera exposé : pharmacie, grand magasin, boutique en propre.
08	Les formats	Où chaque image sera publiée, et dans quels recadrages.
09	La date	Le jour où les fiches ou le comptoir sont en ligne, pas la soirée de lancement.
10	Le budget	Un montant ou une fourchette. C'est le chemin le plus court vers le bon périmètre.

Envoyez les échantillons dès le premier jour

Un pack physique sur notre bureau règle plus de questions de couleur et de finition que n'importe quel fichier. Les échantillons arrivent, la maquette démarre.

Préparez le prochain lancement dans celui-ci

Si une extension de gamme ou une édition saisonnière arrive, dites-le. Une maquette pensée pour les variantes fait du lancement suivant surtout des nouveaux rendus.

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 les plans et un échantillon

Plans de découpe, CAO de votre fournisseur d'emballage, échantillons physiques ou un premier brief, dans l'état où ils sont. Nous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui le déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/

Scènes retail et produitsmaverickframe.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.