



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Sept images vendent le programme. Vous en avez payé **vingt-sept.**

Le jeu d'images qui vend sur plan, dans l'ordre dont un promoteur a besoin : investisseurs, permis, pré-commercialisation. Chiffré aux tarifs studio, avec les vingt vues jamais publiées.

POUR COMMENCER

L'essentiel du jeu ne quitte jamais le serveur

Les promoteurs dépensent rarement trop peu en perspectives. Ils dépensent trop pour les mauvaises. Le jeu est souvent commandé d'un bloc, tôt, d'après les plans de l'architecte, et il couvre le bâtiment sous tous les angles parce que personne n'a encore décidé quelles vues le vendront.

Trois publics regardent ces images, l'un après l'autre. Les investisseurs veulent voir l'échelle et l'emplacement. Le service instructeur veut des vues exactes depuis des points convenus. Les acquéreurs veulent imaginer le matin sur leur balcon. La plupart des vingt-sept vues ne servent aucun d'eux et dorment sur un serveur, pendant que les mêmes sept tournent sur la palissade, dans la plaquette et sur tous les portails.

CE QUE COMMANDENT LES PROMOTEURS		CE QUI VEND VRAIMENT LES LOTS	
01	Chaque façade de chaque bâtiment	Une vue principale côté rue et une vue d'arrivée. On retient une entrée, pas une élévation.	
02	Des vues depuis les quatre angles	Les vues qui montrent ce que l'on achète : le balcon, le cœur d'îlot, la vue dégagée.	
03	Une version de nuit de tout	Une seule vue au crépuscule pour la palissade et la couverture de la plaquette.	
04	L'intérieur de chaque typologie	Un séjour d'appartement témoin et une cuisine, sur la typologie la plus difficile à vendre.	

Commandez par public, pas par bâtiment.

Les investisseurs d'abord, le permis ensuite, les acquéreurs en dernier, et chacun a besoin d'autres vues. Commandé d'un coup, avant que le projet se stabilise, le jeu est recalculé à chaque changement de matériau de façade ou de fenêtre.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VUES

Sept qui vendent, vingt qui dorment

Voici un composite d'un programme résidentiel de taille moyenne, chiffré aux tarifs d'un studio de milieu de marché. Les lignes 01-07 sont les vues que l'on retrouve partout où un programme est commercialisé. Les lignes 08-10 sont ce que les promoteurs ajoutent d'habitude, et qui sort rarement du serveur.

	IMAGE	BASE	TARIF STUDIO
01	Vue principale côté rue, au crépuscule	1 x \$550	\$550
02	Vue d'arrivée et d'entrée	1 x \$450	\$450
03	Vue aérienne du plan masse	1 x \$600	\$600
04	Vue du cœur d'îlot ou des espaces communs	1 x \$450	\$450
05	Séjour de l'appartement témoin	1 x \$500	\$500
06	Cuisine de l'appartement témoin	1 x \$450	\$450
07	Vue depuis le balcon, avec le paysage	1 x \$500	\$500
08	Onze élévations et vues d'angle de plus	11 x \$400	\$4 400
09	Versions de nuit de six vues de jour	6 x \$425	\$2 550
10	Intérieurs de trois autres typologies	3 x \$500	\$1 500
	Sept qui vendent (lignes 01-07)		\$3 500
	Vingt qui dorment sur le serveur (lignes 08-10)		+ \$8 450
	Le jeu complet de vingt-sept		\$11 950
	Le jeu qui vend les lots		\$3 500

Commandez les sept dans cet ordre.

L'aérienne et la vue principale d'abord, pour le dossier investisseurs. L'arrivée et le cœur d'îlot ensuite, pour le lancement commercial. Le témoin, la cuisine et le balcon en dernier, pour la plaquette et les portails. N'ajoutez rien d'autre avant que les ventes vous disent quelle typologie peine.

LES ERREURS

Les erreurs de votre côté de la table

Ces phrases reviennent dans presque tous les briefs de promoteurs. Aucune n'est fausse. Chacune ajoute discrètement des vues ou des tours de corrections à la facture.

CE QU'ÉCRIVENT LES PROMOTEURS	CE QU'IL FAUT ÉCRIRE
01 « Tous les bâtiments, sous tous les angles »	Marquez sur le plan masse les trois endroits où se tiendra l'acquéreur : la rue, l'entrée, le cœur d'îlot.
02 « Images finales maintenant, projet à suivre »	Dites ce qui est figé. Un matériau de façade qui change après l'esquisse, c'est une nouvelle image, pas une correction.
03 « Intérieurs haut de gamme »	Citez les prestations que vous livrez vraiment. Une plaquette qui survend la cuisine devient une réclamation à la livraison.
04 « Mêmes images pour investisseurs, permis et ventes »	Dites quel public passe en premier. Les vues du permis suivent les règles de l'instructeur sur les points de vue et les focales ; les vues commerciales, non.
05 « Des scènes vivantes, animées »	Demandez des personnages qui ressemblent à vos acquéreurs, et moins nombreux. La foule date une image et cache le bâtiment.
06 « Corrections jusqu'au lancement »	Deux tours à l'esquisse et un sur la version finale, chacun en une liste consolidée par une seule personne chez vous.
07 « Au plus vite »	La date de lancement et la date limite d'impression de la plaquette. Nous planifions le jeu à rebours depuis ces deux dates.

Plus c'est court, mieux c'est.

Dites à quoi servent les images et qui elles doivent convaincre, et laissez le détail à ceux qui rendent des programmes tous les jours. Un brief pris au pied de la lettre, ligne par ligne, donne rarement la meilleure image du bâtiment.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les promoteurs nous envoient vraiment

Les promoteurs dont les logos figurent sur nos pages de services n'envoient pas de cahier des charges. Ils envoient quelque chose de proche de ceci, souvent dans le corps d'un e-mail avec les plans en pièce jointe, et cela suffit pour chiffrer et pour démarrer.

01	Le programme	Nom, nombre de lots, et les plans ou la maquette. Précisez quelle version fait foi.
02	Pour qui	Investisseurs, permis, pré-commercialisation ou les trois, et dans quel ordre.
03	Les vues	Marquées sur le plan masse : principale, arrivée, cœur d'îlot, aérienne, ou votre propre liste.
04	Les intérieurs	Quelle typologie, et quelles pièces : séjour, cuisine, balcon.
05	L'acquéreur	À qui vous vendez. Cela fixe les personnages, les voitures et le style.
06	Les prestations	Les finitions livrées, pour que les intérieurs ne promettent pas plus.
07	Figé et ouvert	Quelles parties du projet sont arrêtées, lesquelles peuvent encore bouger.
08	Les supports	Palissade, plaquette, portails, site web. Cela fixe la résolution et les droits.
09	Les dates	Le lancement, et la date d'impression qui le précède.
10	Le budget	Un montant ou une fourchette pour le premier jeu.

Commencez par la paire investisseurs

Si le financement n'est pas bouclé, commandez d'abord l'aérienne et la vue principale. Elles portent un dossier investisseurs, et la maquette construite pour elles sert à tout le reste du jeu.

Gardez la maquette pour la tranche deux

Une fois le programme modélisé, un nouvel angle ou une tranche suivante coûte moins cher que la première image. Demandez que la maquette soit conservée plutôt que refaite.

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 ce que vous avez déjà

Plans, maquette 3D, photos ou brouillon de brief, 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 contact	maverickframe.com/contacts/
Perspectives extérieures et intérieures	maverickframe.com/fr/services/perspective-3d-exterieure/
Ou tout simplement	répondez 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.