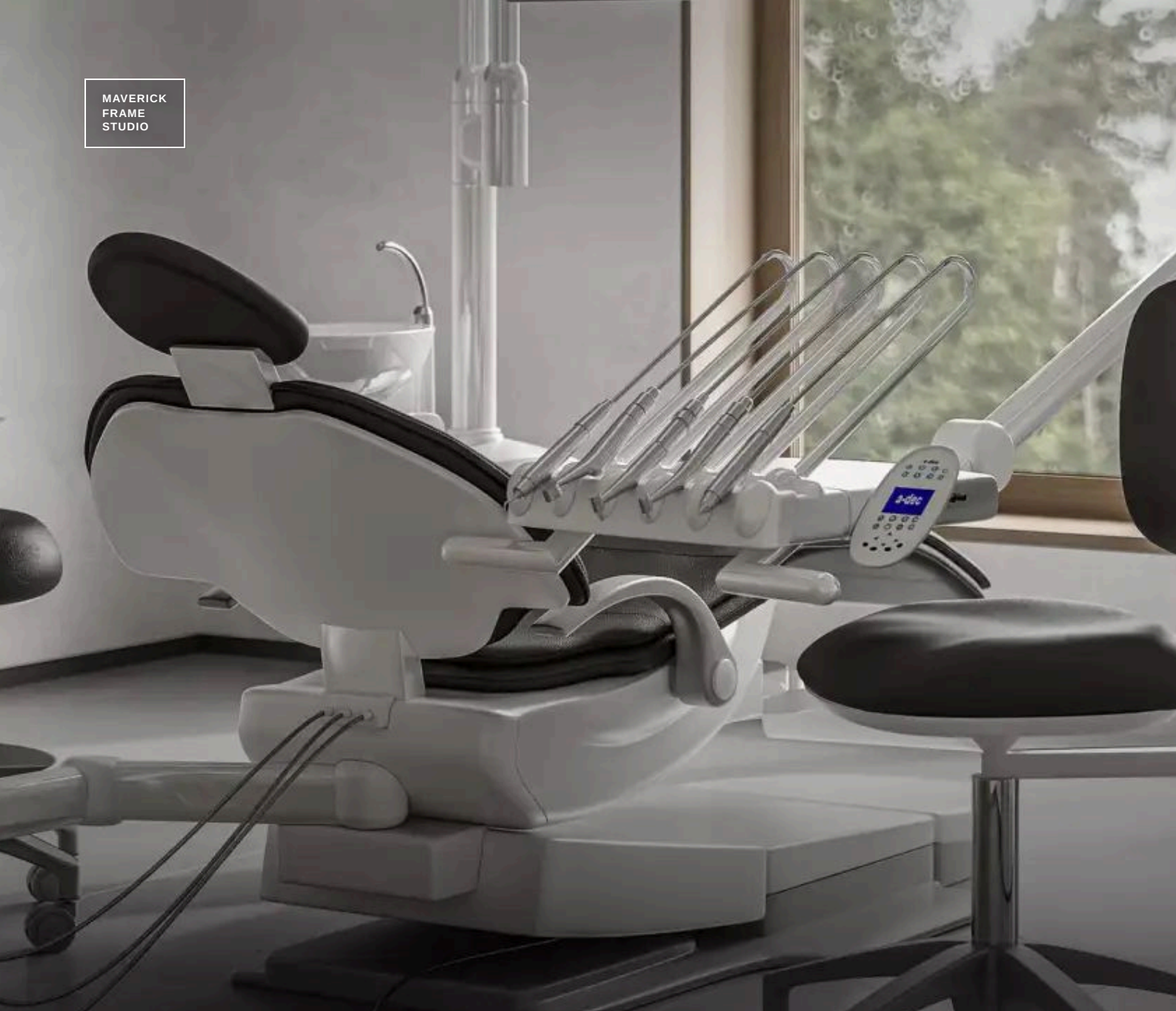




GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Pas de clinique. Pas de patients. **Neuf scènes** à la place.

Les scènes cliniques en situation dont un fabricant d'équipements médicaux a besoin pour la vente, les appels d'offres et les salons, chiffrées ligne par ligne, avec le brief d'une page.

POUR COMMENCER

Photographier une clinique, c'est la voie difficile

Un appareil sur fond blanc laisse l'acheteur tout imaginer. Les acheteurs hospitaliers, les cliniciens et les commissions d'appel d'offres veulent voir l'équipement là où il sera installé : l'encombrement, les dégagements, le soignant à côté et la pièce autour.

Le photographe dans une clinique en activité, c'est emprunter une salle pour une journée, composer avec les patients et la confidentialité, et sortir du cadre le matériel des autres fabricants. Alors la plupart s'arrêtent au visuel produit, c'est-à-dire à l'image dont une commission apprend le moins.

LA SÉANCE PHOTO	LA SCÈNE EN 3D
01 Une salle empruntée, une journée, une configuration	Les salles où vous vendez : chambre, consultation externe, salle d'intervention, dans les agencements réels des acheteurs.
02 Le matériel d'autres fabricants dans le cadre	Uniquement votre équipement, entouré de mobilier et d'équipements neutres et génériques.
03 De vrais patients et soignants à l'image	Des personnages placés seulement là où ils expliquent le flux de travail, et aucun vrai patient.
04 Une seule configuration de l'appareil	Chaque configuration et option en variante de la même scène.

Vendez l'encombrement, pas la finition.

Les acheteurs cliniques décident sur l'espace, l'accès et le flux de travail. Une scène qui montre le dégagement autour de l'appareil et la place du soignant répond à la question qu'un beau visuel produit ne traitera jamais.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VUES

Le jeu clinique, chiffré

Un composite des jeux d'équipement que nous chiffrons, aux tarifs d'un studio de milieu de marché, pour un appareil d'imagerie ou de traitement en deux configurations, vendu aux hôpitaux et aux cliniques privées et exposé sur un salon par an. Neuf scènes en situation portent le jeu.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Maquette de l'appareil d'après la CAO d'ingénierie, simplifiée et texturée	modélisation	\$1 800
02	Vues sur fond blanc : face, trois-quarts, arrière	3 x \$300	\$900
03	Scènes en chambre d'hôpital, appareil en position de travail	3 x \$550	\$1 650
04	Scènes en clinique privée ou en consultation externe	3 x \$500	\$1 500
05	Scènes en salle d'intervention ou au bloc opératoire	3 x \$600	\$1 800
06	Seconde configuration, rendue dans cinq des scènes	5 x \$250	\$1 250
07	Vue en plan avec dégagements, pour les dossiers d'appel d'offres	1 x \$400	\$400
08	Gros plans de l'interface et des composants clés	4 x \$250	\$1 000
09	Animation de 60 secondes : installation et flux clinique	1 min	\$6 000
10	Trois scènes en sortie grand format pour le stand	3 x \$150	\$450
	Maquette et images fixes, 01-08		\$10 300
	Animation et sorties stand, 09-10		\$6 450

Le jeu clinique complet **\$16 750**

Le socle prêt pour les appels d'offres, lignes 01-05 et 07 **\$8 050**

Les commissions lisent des plans. Les gens lisent des scènes.

La vue en plan avec dégagements est l'une des lignes les moins chères, et souvent celle qu'une commission étudie le plus longtemps. Commandez-la avec les premières scènes, pas à la dernière minute quand l'offre est due.

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ DE LA TABLE

Ce que disent les briefs d'équipement, et quoi écrire

Six phrases que nous lisons dans presque tous les briefs d'équipement médical. Chacune multiplie le travail ou se transforme en tour tardif de corrections venant de votre équipe réglementaire.

DANS LE BRIEF	CE QU'IL FAUT ÉCRIRE
01 Un environnement hospitalier moderne	Nommez le cadre où vous vendez : un service d'hôpital public, une clinique privée, un cabinet dentaire, une clinique vétérinaire. Chacun a son mobilier, sa lumière et ses revêtements.
02 Utilisez nos fichiers CAO	Envoyez un export simplifié, pièces internes retirées. Un assemblage d'ingénierie complet porte des milliers de pièces que personne ne verra et ralentit chaque étape.
03 Montrer toutes les fonctions	Choisissez les trois fonctions que les acheteurs demandent sur le stand. Le reste va dans les gros plans ou sur la fiche technique.
04 Avec des médecins et des patients	Dites qui doit être dans le cadre et ce qu'il fait. Un soignant en position de travail explique plus qu'une salle pleine.
05 Doit respecter la réglementation	Dites-nous ce que votre équipe réglementaire vérifie dans les images marketing : indications, étiquetage, contenu des écrans. Cette liste, envoyée d'abord, évite un tour tardif de corrections.
06 Pour le salon	Donnez la date d'impression des visuels du stand et les formats d'impression. La sortie grand format se décide au départ, pas la semaine d'avant.

Répondez sur le papier, pas dans un tour de corrections.

Chaque ligne ci-dessus se règle en quelques minutes avant le démarrage, et coûte un tour de corrections entier après la première esquisse. Gardez les deux tours d'esquisse pour les images, pas pour le brief.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les fabricants nous envoient vraiment

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

01	L'appareil	Ce qu'il est, ce qu'il fait, et ses dimensions. Une ligne.
02	Les fichiers	Un export CAO simplifié, la fiche technique et des photos d'un appareil.
03	Les configurations	Quelles options changent l'aspect de l'appareil.
04	Le lieu d'usage	Chambre, clinique, salle d'intervention, cabinet. Les marchés où vous vendez.
05	Quelles scènes	Les salles, et le moment du flux de travail que montre chacune.
06	Qui est à l'image	Soignants, patients ou personne, et dans quelle position.
07	Ce qui doit être exact	Écrans d'interface, étiquettes, couleurs, les parties que l'acheteur touche.
08	Ce que vérifie le réglementaire	Les règles que votre équipe applique aux images marketing.
09	Où ce sera publié	Appels d'offres, présentations commerciales, site, visuels de stand et formats.
10	La date et le budget	La date d'impression pour le salon, et un montant ou une fourchette.

Les écrans sont du contenu

Envoyez les vrais écrans d'interface en images. Des écrans inventés seront vérifiés par votre équipe réglementaire et remplacés de toute façon.

Une salle, toute la gamme

Si plusieurs appareils partagent un même cadre, dites-le. Une salle clinique bien construite peut accueillir le reste de la gamme dans les commandes suivantes.

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 la CAO et la fiche technique

Un export CAO, la fiche technique, des photos de l'appareil 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 contact	maverickframe.com/contacts/
Visualisation d'espaces cliniques	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 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.