

GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Cette salle de bains n’a jamais existé. Rendez-la une fois.

Comment une marque de sanitaires planifie scènes de salles de bains, finitions et variantes pour ses catalogues et ses distributeurs, avec une liste de vues chiffrée et le brief d’une page.

Dim Kuzmenko
Cofondateur, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

POUR COMMENCER

Vingt salles de bains à partir d’une pièce

Un catalogue de sanitaires a besoin de salles de bains qui n’existent pas : une salle de bains familiale, une suite d’hôtel, une salle d’eau compacte, chacune en plusieurs calepinages de carrelage, et chaque robinet en quatre finitions. Les construire et les photographier, c’est le chemin le plus lent.

Le résultat habituel : un seul décor de showroom, bien photographié, qui finit dans chaque chapitre du catalogue. Les distributeurs le remarquent, et leurs clients aussi. Une salle de bains en 3D est construite une fois d’après vos plans, puis restylée : nouveau carrelage, nouvelle lumière, nouvelle finition de robinetterie, sans déplacer un seul appareil.

	CE QUE DONNE UN SHOOTING EN SHOWROOM	CE QUE DONNE UNE SALLE DE BAINS EN 3D
01	**Une pièce, éclairée d’une seule façon**	La même pièce restylée pour chaque collection et chaque marché, la caméra exactement au même endroit.
02	**Des finitions limitées aux échantillons présents**	Chaque finition sur chaque produit, calée sur les références, y compris celles encore en production.
03	**L’émail et le chrome en lutte avec les projecteurs**	Des reflets placés là où ils décrivent la forme, pas là où se trouvait la boîte à lumière.
04	**Les parties encastrées invisibles**	Des vues en coupe des réservoirs et des bâtis pour les installateurs et les prescripteurs.

Construisez la pièce autour du produit, pas l’inverse.

Deux salles de bains, dessinées aux vraies dimensions avec les vrais dégagements, portent un catalogue entier. C’est dans les restylages que la gamme se montre ; la pièce n’a besoin d’être juste qu’une fois.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VUES

Le jeu du catalogue, chiffré ligne par ligne

Un composite des catalogues de sanitaires que nous chiffrons, aux tarifs d’un studio de milieu de marché. Il suppose cinq produits phares, deux salles de bains et un portail distributeurs. Adaptez les lignes à votre gamme ; la structure tient.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Produits modélisés d’après CAO : vasque, WC, baignoire, robinet, douche	5 x $300	**$1 500**
02	Vues principales dans deux salles de bains, familiale et hôtel boutique	4 x $600	**$2 400**
03	Variantes restylées des vues principales : carrelage, lumière, ambiance	20 x $180	**$3 600**
04	Finitions robinetterie et douche : chrome, noir, laiton, gunmetal	16 x $80	**$1 280**
05	Gros plans : bec, émail, bonde, plaque de commande	8 x $200	**$1 600**
06	Détourés sur fond blanc pour le portail distributeurs	15 x $90	**$1 350**
07	Vue en coupe du réservoir encastré et du bâti	1 x $500	**$500**
08	Boucle de 20 secondes : l’eau qui coule, la lumière qui bouge	20 sec	**$2 000**
09	Recadrages catalogue et formats du portail distributeurs	forfait	**$400**
	Construit une fois : cinq produits		$1 500
	64 images, une boucle et les formats distributeurs		$13 130
	Le jeu du catalogue, chiffré en composite		**$14 630**
	Chaque restylage d’une salle de bains après le lancement		**$180**

La vingt et unième salle de bains coûte $180.

Une fois deux pièces bien construites, une nouvelle collection de carrelage, la couleur d’un partenaire ou un catalogue régional est un restylage d’une vue qui existe déjà. Le coût de la gamme passe dans les variantes, là où il doit être.

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ DE LA TABLE

Six phrases qui coûtent aux marques de sanitaires

Elles viennent des briefs de sanitaires que nous recevons. Aucune n’est négligente. Chacune gonfle le devis ou produit des images que les distributeurs ne peuvent pas utiliser.

	CE QUE VOUS ÉCRIVEZ SOUVENT	CE QU’IL FAUT ÉCRIRE
01	**Une salle de bains de luxe, comme les références**	Dites qui achète et où : une salle de bains familiale dans le neuf ne se lit pas comme un hôtel spa. Envoyez trois pièces, pas trente.
02	**Tous les produits dans chaque scène**	Nommez le produit phare de chaque vue. Une salle de bains avec toute la gamme dedans ressemble à un showroom, pas à un foyer.
03	**Le chrome doit ressembler à du chrome**	Envoyez un échantillon physique de chaque finition difficile. Le laiton brossé et le gunmetal se jugent à l’œil face à la vraie pièce, pas sur une référence.
04	**Carrelage à définir**	Nommez les calepinages, même provisoires. Le carrelage change la lumière de la pièce, et un changement tardif est un nouveau rendu, pas un simple échange.
05	**Montrer la technologie**	Dites quelles parties techniques comptent pour quel public. Une coupe pour installateurs n’est pas la même image qu’une vue principale pour particuliers.
06	**Images pour le catalogue et le web**	Listez les formats de page du catalogue et les cahiers des charges du portail distributeurs. Doubles pages en portrait et vignettes carrées se prévoient à la caméra.

L’eau est un choix délibéré.

Un robinet qui coule ou une baignoire remplie est un effet qui a son coût et son rendu propres. Demandez-le dans les vues où il vend le produit, pas dans toutes.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les marques de sanitaires nous envoient

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

01	**Les produits**	Noms, fichiers CAO, et les produits phares de ce catalogue.
02	**Les finitions**	Les références de chacune, plus un échantillon des plus difficiles.
03	**Les salles de bains**	Combien, pour qui, avec deux ou trois références chacune.
04	**Vues par salle de bains**	Un nombre, et le produit phare de chaque vue.
05	**Les restylages**	Les calepinages ou collections dans lesquels chaque vue doit apparaître.
06	**Images techniques**	Coupes ou vues de pose, et qui les lit.
07	**Où c’est publié**	Formats de page du catalogue, portail distributeurs, web.
08	**La date**	La date d’impression d’abord ; le web peut suivre.
09	**Le budget**	Un montant ou une fourchette. Il fixe le nombre de restylages.

Validez la pièce avant la gamme

Approuvez d’abord une salle de bains dans une finition. Chaque restylage ensuite va vite, parce que la caméra, la lumière et les appareils sont déjà convenus.

Gardez les pièces pour l’an prochain

Demandez que les scènes soient archivées. La collection suivante prend place dans les mêmes salles de bains, et le catalogue reste cohérent.

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 de salles de bains	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.