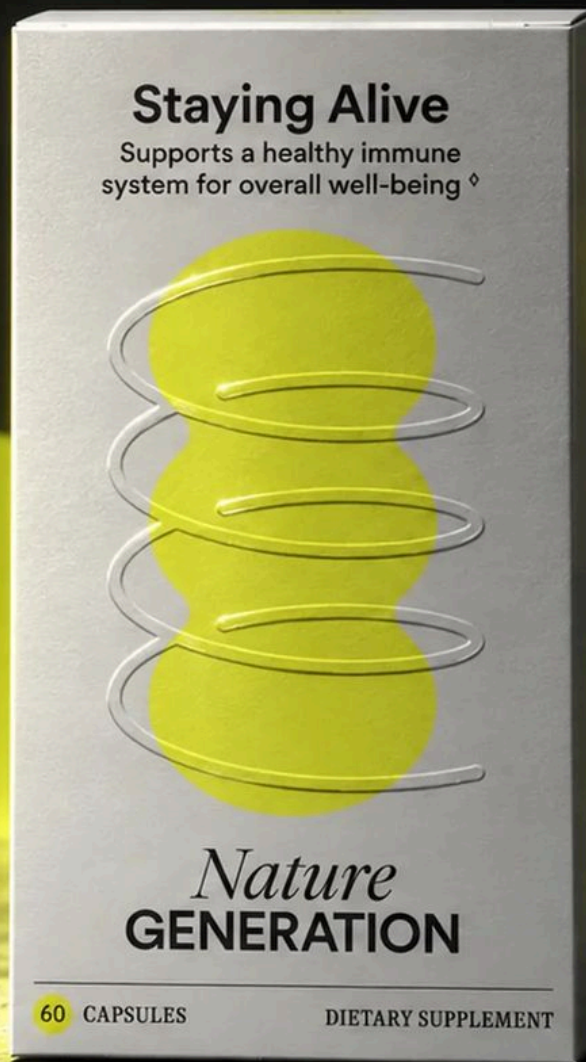




GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Toutes vos références. **Sans journée studio.** Le kit DTC.

Le jeu de rendus dont une marque DTC de compléments a besoin pour chaque fiche produit : quelles images pour chaque référence, ce qu'un seul modèle d'emballage fait économiser et ce que coûte une boutique de six références, ligne par ligne.

POUR COMMENCER

Une séance par référence, et la boutique vieillit

Les marques DTC de compléments paient rarement trop cher une image. Elles paient trop en réservant une séance photo à chaque évolution de la gamme : un nouveau parfum, une nouvelle allégation sur l'étiquette, un coffret pour une promotion. Chaque séance s'organise autour du stock, et le stock est toujours le dernier à arriver.

Les fiches produit partent donc en ligne avec une maquette du fournisseur, et la boutique se remplit d'images prises à des jours différents, sous des lumières différentes, par des photographes différents. Un emballage modélisé une fois à partir du plan de découpe règle les deux problèmes : les images existent avant le stock, et chaque référence est éclairée et cadrée de la même façon.

	UNE BOUTIQUE REMPLIE SÉANCE APRÈS SÉANCE	UNE BOUTIQUE REMPLIE À PARTIR D'UN SEUL MODÈLE
01	Les fiches produit attendent le stock fini	Les fiches sont en ligne pendant que les étiquettes sont encore chez l'imprimeur
02	Chaque référence photographiée un jour différent	Une scène maîtresse et une caméra par angle pour toute la gamme
03	Un changement d'étiquette impose une nouvelle séance	Un changement d'étiquette, ce sont de nouveaux fichiers et un nouveau rendu
04	Des gélules photographiées telles qu'elles sortent du pot	Des formes galéniques construites avec translucidité et texture, vérifiées sur échantillons
05	Des images lifestyle achetées en banque d'images	Votre emballage dans une cuisine, un sac de sport ou sur une table de chevet, construit pour lui

La fiche produit d'abord, la liste de rendus ensuite.

Décidez à quoi chaque image de la fiche doit répondre, dans l'ordre : ce que c'est, ce qu'il y a dedans, en quelle quantité, comment cela s'intègre dans une journée. La liste de plans découle de ces questions, pas de ce qui fait joli dans un portfolio.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DE PLANS

Le kit DTC, chiffré ligne par ligne

Un cas composite de commandes typiques de marques DTC de compléments, pas le budget d'un client. Il suppose six références dans un même format d'emballage, vendues sur votre propre boutique. Chaque ligne correspond à des heures à notre tarif de \$45 : une vue sur fond blanc ou aux couleurs de la marque, c'est 4 heures, une scène lifestyle 6.

POSTE	BASE DE CALCUL	À \$45 DE L'HEURE
01	Modèle de l'emballage et scène maîtresse à partir du plan de découpe	12 h x \$45 \$540
02	Modèle de gélule ou de capsule molle, avec translucidité	8 h x \$45 \$360
03	Six étiquettes appliquées en résolution d'impression	6 x 2 h x \$45 \$540
04	Packshots sur fond blanc : face, trois quarts, contre-étiquette	18 x \$180 \$3 240
05	Visuel phare aux couleurs de la marque par référence, pour les pages collection	6 x \$180 \$1 080
06	Macros d'ingrédients et de gélules	2 x \$180 \$360
07	Scènes lifestyle : cuisine, chevet, sac de sport, étagère	4 x \$270 \$1 080
08	Vues 360° des deux meilleures ventes	2 x 12 h x \$45 \$1 080
Construit une fois : emballage, gélule, six étiquettes		\$1 440
30 images et deux rotations		\$6 840
Le kit DTC, chiffré en cas composite		\$8 280
Chaque référence ajoutée ensuite : étiquette, trois packshots, visuel phare		\$810

La septième référence coûte \$810, tout compris.

Son étiquette est appliquée sur le modèle existant, puis trois packshots sur fond blanc et un visuel phare aux couleurs de la marque sont rendus dans une scène qui existe déjà. Un nouveau format coûte plus cher, car le contenant change ; un nouveau parfum, c'est surtout de nouveaux fichiers.

IMAGE	CE À QUOI ELLE RÉPOND	OÙ ELLE SERT
Face sur fond blanc	Ce que c'est, en un coup d'œil	Fiche produit, panier, publicités
Contre-étiquette	Ce qu'il y a dedans, et en quelle quantité	Fiche produit, service client
Macro de gélule	Ce que je vais vraiment avaler	Fiche produit, e-mail
Scène lifestyle	Sa place dans ma journée	Page d'accueil, réseaux sociaux, e-mail

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ DE LA TABLE

Six formulations qui coûtent une séance aux marques DTC

Elles viennent de briefs que nous recevons de marques DTC de compléments. Chacune se comprend, et chacune gaspille une image de la fiche produit ou double le travail.

CE QUE VOUS ÉCRIVEZ SOUVENT

CE QU'IL VAUT MIEUX ÉCRIRE

01	Faites premium	Envoyez deux fiches produit que vous admirez et dites à quoi doit répondre chaque image de la vôtre. Le premium vient de la lumière et de la retenue, pas des accessoires.
02	Étiquette à suivre	Envoyez le plan de découpe maintenant et les fichiers quand ils sont définitifs. Le modèle se construit pendant que le design se termine : l'étiquette se pose en quelques heures, pas en quelques jours.
03	Toutes les références dans chaque scène lifestyle	Choisissez une référence principale par scène et montrez les autres sur fond blanc. Changer l'étiquette dans une scène est une ligne à part, rentable pour les meilleures ventes.
04	Des gélules comme sur la photo de notre site	Envoyez un échantillon ou des gros plans à la lumière du jour de la vraie forme galénique. Un rendu fait d'après une vieille photo en copie les défauts.
05	Les allégations, on les ajoutera plus tard	Envoyez dès maintenant les allégations validées : les cadrages leur laisseront de la place. Elles restent le texte de la marque : nous les plaçons, nous ne les écrivons pas.
06	Comme la dernière fois	Joignez les fichiers de la dernière fois et dites ce qui a changé : parfum, format, allégation ou finition. Le modèle archivé couvre le reste.

Gardez le modèle, pas seulement les images.

Demandez que le modèle de l'emballage et la scène maîtresse restent archivés. Quand une allégation change, qu'un parfum sort ou que la boutique est refondue, la mise à jour part du rendu, pas de la modélisation.



Rendu de production Maverick Frame.

LE BRIEF D'UNE PAGE

Ce que les marques DTC nous envoient vraiment

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

01	Les produits	La liste des références, avec le produit principal indiqué.
02	L'emballage	Plan de découpe et dimensions du contenant, ou plan du fabricant.
03	Les étiquettes	Fichiers d'impression, définitifs ou presque.
04	La forme galénique	Un échantillon ou des photos à la lumière du jour de la gélule, de la capsule molle, du gummy ou de la poudre.
05	La boutique	Un lien, et les emplacements d'images de chaque fiche produit.
06	Le style	Fond blanc, couleurs de la marque ou les deux, avec deux références.
07	Les scènes	La place du produit dans la journée du client : cuisine, sac, table de chevet.
08	La date	La mise en ligne des fiches, et l'éventuel e-mail de lancement qui suit.
09	Le budget	Par référence ou pour la gamme. L'un ou l'autre suffit pour cadrer.

Commencez par la meilleure vente

Validez d'abord le jeu complet d'une référence. Le reste de la gamme suit ce modèle, et la boutique se lit comme une seule marque.

Testez l'emplacement lifestyle

Essayez deux scènes lifestyle sur la meilleure vente et gardez celle qui vend. Un rendu s'ajuste ; une séance se refait.



Rendu de production Maverick Frame.

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 le plan de découpe et l'étiquette

Le plan de découpe, les fichiers d'impression de l'étiquette, les dimensions du contenant, un échantillon ou des photos de la forme galénique, et le brief que vous avez, dans l'état où il est. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/**Rendu de compléments**maverickframe.com/fr/solutions/rendu-3d-complements-alimentaires/**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.