



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Un modello, un banco, lo scaffale, la campagna: quaranta immagini.

Il piano di render per il lancio di un cosmetico tra e-commerce, retail e social, prezzato riga per riga da un solo set di modelli dei packaging, con il brief di una pagina per farlo.

SI PARTE DA QUI

Il lancio si fa tre volte

Il lancio di un cosmetico compra di solito le immagini in tre posti: uno studio di still life per l'e-commerce, un fotografo per la campagna e l'agenzia di retail design per il banco. Tre budget, tre versioni dello stesso flacone, e tre colori leggermente diversi dello stesso rossetto.

I brand spendono troppo facendo ricreare il prodotto per ogni canale. E sfruttano poco i render trattandoli come pack shot su fondo bianco, quando lo stesso modello può allestire il banco, riempire lo scaffale ed essere il protagonista della campagna.

COMPRATO SEPARATAMENTE	DA UN SOLO MODELLO
01 Pack shot rifatti per ogni tonalità	Un modello per packaging, con tonalità e formati come cambi di materiale a una frazione di un'immagine nuova.
02 Una campagna scattata con campioni di pre-serie	Scene di campagna costruite dalle fustelle definitive, così il packaging della pubblicità è quello sullo scaffale.
03 Disegni del banco dall'agenzia retail	Il banco renderizzato in un contesto di negozio, per le presentazioni ai buyer e l'approvazione del retailer.
04 Contenuti social fatti con quel che avanza	Tagli e brevi loop pianificati nel primo brief, inquadrati per 1:1 e 9:16 fin dall'inizio.

Il colore deve corrispondere al tubetto.

La revisione più cara nella cosmetica è la fedeltà della tonalità. Mandi i campioni fisici e i riferimenti colore insieme ai file, e concordi prima della prima bozza quale schermo o prova di stampa fa da giudice.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA LISTA DELLE VISTE

Il set di lancio, con i prezzi

Un composito dei set di lancio che prezziamo, a tariffe di mercato da studio, per tre SKU, un siero, una crema e un detergente, tra e-commerce, retail e social. Quaranta immagini e tre loop, tutti dagli stessi tre modelli.

	VOCE	BASE	A PREZZI DA STUDIO
01	Modelli dei packaging da fustelle e CAD del fornitore, tre SKU	3 x \$450	\$1.350
02	Pack shot principali su bianco, uno per SKU	3 x \$350	\$1.050
03	Varianti di tonalità e formato su bianco	14 x \$120	\$1.680
04	Primi piani di texture e swatch: crema, gel, olio	5 x \$300	\$1.500
05	Scene di campagna, set allestiti	3 x \$600	\$1.800
06	Scene di campagna reinquadrate per 1:1 e 9:16	8 x \$80	\$640
07	Banco in un contesto da grande magazzino	2 x \$550	\$1.100
08	Scaffale e gondola con la linea esposta	3 x \$400	\$1.200
09	Shop-in-shop o spazio pop-up	2 x \$600	\$1.200
10	Loop di prodotto da 10 secondi per i social	3 x \$900	\$2.700
	Modelli e quaranta immagini, 01-09		\$11.520
	Animazione, 10		\$2.700
	Il set di lancio completo		\$14.220
	Prima l'e-commerce, righe 01-04		\$5.580

È nella riga 03 che si risparmia.

Quattordici varianti di tonalità e formato costano meno delle tre scene di campagna, perché il modello esiste già. Prima si elenca ogni variante, meno costa ciascuna.

GLI ERRORI DALLA SUA PARTE DEL TAVOLO

Cosa dicono i brief beauty, e cosa scrivere

Sette frasi che leggiamo in quasi ogni brief di cosmetica. Ognuna moltiplica il numero di immagini o diventa un giro tardivo di correzioni colore.

NEL BRIEF	COSA SCRIVERE INVECE
01 Fotorealistico, come una fotografia	Dica quale fotografia: mandi due riferimenti per luce e fondo che già Le piacciono. La parola descrive ogni render che consegniamo e non ne decide nessuno.
02 Rispettate i colori del brand	Mandi i campioni fisici e i riferimenti colore di ogni tonalità, e indichi la prova che decide.
03 Tutte le tonalità, tutti i formati	Elenchi gli SKU e le loro tonalità in una tabella. Una tabella delle varianti trasforma quaranta immagini in un lavoro di routine invece che in quaranta domande.
04 Lusso, pulito, minimal	Indichi il banco o lo scaffale accanto a cui starà e la fascia di prezzo. «Pulito» in farmacia e al banco di un grande magazzino sono immagini diverse.
05 Texture della formula	Dica quali texture contano: crema, gel, polvere, olio. Ognuna si simula a parte e si prezza per texture.
06 Packaging da definire	Mandi l'ultima fustella e segni cosa può ancora cambiare. I testi dell'etichetta possono cambiare tardi; la forma del flacone no, senza un nuovo modello.
07 Contenuti per tutti i canali	Elenchi i canali e i loro formati. Inquadrare insieme per orizzontale, quadrato e verticale costa meno che reinquadrare dopo.

Una tabella batte quaranta mail.

Un foglio di calcolo con SKU, tonalità, formato e riferimento colore, mandato con il brief, è l'allegato più utile nel lavoro sulla cosmetica. Fissa il numero di immagini, il prezzo e il nome di ogni file che consegniamo.

L'UNICA PAGINA

Cosa ci mandano davvero i brand beauty

I clienti i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non ci mandano capitolati. Per un lancio mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail, con una scatola di campioni in arrivo.

01	Il lancio	La linea, il numero di SKU e la data di lancio. Una riga.
02	I file	Fustelle e l'eventuale CAD del fornitore di packaging. Indichi quali sono definitivi.
03	Campioni	Packaging fisici, anche di pre-serie, spediti con il brief.
04	Tonalità e formati	Una tabella: SKU, tonalità, formato, riferimento colore.
05	Texture	Quali formule richiedono uno swatch o un primo piano, se ce ne sono.
06	A cosa serve	E-commerce, buyer del retail, il banco, la campagna, i social.
07	Il contesto retail	Dove starà: farmacia, grande magazzino, negozio monomarca.
08	Formati	Dove sarà pubblicata ogni immagine, e in quali tagli.
09	La data	Il giorno in cui vanno online le schede o il banco, non la festa di lancio.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida a un perimetro adatto.

Spedisca i campioni il primo giorno

Un packaging fisico sulla nostra scrivania risolve più questioni di colore e finitura di qualsiasi file. Arrivano i campioni, parte il modello.

Pensi al prossimo lancio già in questo

Se è in arrivo un'estensione di linea o un'edizione stagionale, lo dica. Un modello costruito per le varianti rende il lancio successivo in gran parte un nuovo render.

QUANTO COSTA

Prezzi di mercato e condizioni, per verificare qualsiasi preventivo

Intervalli osservati sul mercato nel 2026, dal freelance allo studio. Li usi per verificare qualsiasi preventivo, compreso il nostro.

LAVORO COMMISSIONATO	FREELANCE	STUDIO
Immagine esterna, singola	\$100 - 300	\$250 - 600
Immagine interna, singola	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacchetto, 5 - 8 viste	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animazione, al minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

I nostri tempi e le condizioni di revisione standard. Sono quelli che indichiamo in preventivo, a meno che un progetto non richieda altro, e in quel caso lo diciamo prima di iniziare.

FASE O DELIVERABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Prima bozza di un'immagine	Da 3 a 5 giorni lavorativi da un brief completo
Immagini finali, pacchetto da 5 - 8	Da 2 a 3 settimane, bozze comprese
Animazione fino a un minuto	Da 4 a 6 settimane, prima storyboard e anteprima
Round di revisione inclusi	Due in fase di bozza, uno sull'immagine finale
Cosa conta come un round	Un unico elenco di commenti consolidato, inviato in una volta
Consegna urgente	Metà del tempo per circa il 40% in più, se il calendario lo consente

Scelga uno studio prima che la scadenza diventi un'emergenza

I progetti più costosi che vediamo non sono quelli con un brief scritto male. Sono quelli affidati nel panico, dopo che il primo fornitore ha fallito e la data di lancio non si è spostata. Valuti uno o due studi finché nulla è urgente.

Due parole sul lavoro in-house: un solo artista 3D ha bisogno di una decina di abbonamenti software, di una workstation e di una serie di competenze affini, dalla modellazione e l'illuminazione alla post-produzione e alla comunicazione con il cliente. Conviene solo se quella persona lavora a pieno ritmo ogni giorno. Al di sotto, i conti favoriscono da soli l'esternalizzazione.

IL PASSO SUCCESSIVO

Ci mandi le fustelle e un campione

Fustelle, CAD dal fornitore di packaging, campioni fisici o una bozza di brief, nello stato in cui sono. Le risponderemo con perimetro, prezzo e le domande che li determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
Scene di retail e prodotto	maverickframe.com/it/servizi/rendering-interni/
Oppure, semplicemente,	risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida.

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è co-fondatore di Maverick Frame Studio. Le cifre di questa guida vengono dalla nostra casella di posta e dal nostro listino, non da un sondaggio di settore.