



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Una concessionaria. Tre approvazioni. Un solo modello 3D.

Il set di render che serve al titolare di una concessionaria per far approvare una sede nuova o ristrutturata da casa madre, banca e Comune: quali viste riceve ciascun interlocutore, quanto fa risparmiare un solo modello e quanto costa, voce per voce.

DA QUI SI PARTE

La concessionaria si approva prima di essere costruita

I gruppi di concessionarie raramente pagano troppo per una singola immagine. Pagano troppo perché la stessa concessionaria viene ridisegnata per ogni interlocutore: la revisione della corporate identity da parte della casa madre, il comitato crediti della banca, l'ufficio tecnico del Comune, la campagna di apertura. Ogni interlocutore chiede viste diverse, e ogni giro parte da un file vuoto.

Così la casa madre vede una facciata, la banca un'altra e il Comune una terza, e nessuno sa con certezza quale sia il progetto. Un solo modello 3D dell'edificio e del lotto, modellato una volta, dà a ogni interlocutore una vista della stessa concessionaria, e le immagini per l'apertura nascono dal modello che la casa madre ha già approvato.

UN DISEGNO PER OGNI INTERLOCUTORE

UN SOLO MODELLO PER TUTTI GLI INTERLOCUTORI

01	La revisione del marchio aspetta un nuovo disegno di facciata	La facciata si renderizza dal modello secondo la corporate identity
02	La banca vede uno schizzo e un foglio di calcolo	La banca vede l'area espositiva e l'area consegna
03	Il Comune riceve semplici prospetti	Il Comune riceve viste dalla strada di giorno e di notte
04	Le finiture cambiano da un giro all'altro	Le finiture si fissano una volta e restano
05	La campagna di apertura parte da zero	Le immagini di apertura nascono dalle scene approvate

Pianifichi le approvazioni, poi l'elenco dei render.

Decida che cosa deve approvare ogni interlocutore, in ordine: il marchio, i finanziatori, il Comune, i clienti. Le viste derivano da queste decisioni, non da ciò che sta bene in un portfolio.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LE VISTE DA ORDINARE

Il set del gruppo, con i prezzi voce per voce

Un composito di ordini tipici di gruppi di concessionarie, non il budget di un singolo cliente. Ipotizza una nuova concessionaria con showroom, accettazione officina e parcheggi. Le viste sono calcolate alla nostra tariffa architettonica di \$39: una vista interna richiede 10 ore, un esterno 16, una vista aerea 24.

VOCE	BASE	A TARIFFE DI STUDIO
01 Modello 3D di edificio, showroom e lotto dai disegni	modellato una volta	\$2.400
02 Modello del contesto della strada e degli edifici vicini	modellato una volta	\$900
03 Planimetria 3D di showroom e accettazione officina	1 x \$936	\$936
04 Facciata secondo la corporate identity, di giorno e di notte	2 x \$624	\$1.248
05 Area espositiva, area consegna e lounge clienti	3 x \$390	\$1.170
06 Vista aerea del lotto con parcheggi, totem e insegne	1 x \$936	\$936
Modellati una volta: edificio e strada		\$3.300
7 viste per casa madre, banca e Comune		\$4.290
Il set del gruppo, calcolato come composito		\$7.590
La concessionaria successiva del gruppo: nuovo edificio, finiture e inquadrature riutilizzate		\$3.804

La sede successiva costa \$3.804 per le prime viste.

Finiture, arredi e impostazioni delle inquadrature passano dalla concessionaria approvata, così la sede successiva parte da un nuovo modello dell'edificio, non da un nuovo progetto.

IMMAGINE	CHI CONVINCE	DOVE FUNZIONA
Facciata secondo la corporate identity	La casa madre	Richiesta di mandato, revisione d'immagine
Area espositiva e area consegna	La banca, gli investitori	Business plan, comitato crediti
Vista dalla strada di giorno e di notte	Ufficio tecnico, vicini	Pratica edilizia, presentazione pubblica
Lounge e immagini di apertura	I Suoi clienti	Campagna di apertura, social

ERRORI TIPICI DALLA SUA PARTE

Sei frasi che costano alla concessionaria un altro giro

Vengono dai brief dei concessionari che riceviamo. Ognuna è comprensibile, e ognuna spreca una vista o raddoppia il lavoro.

COSA SCRIVE DI SOLITO	COSA SCRIVERE INVECE
01 «Deve sembrare premium»	Ci invii il manuale di corporate identity del marchio e due concessionarie che ammira. L'effetto premium viene da materiali e luce, non da auto in più.
02 «I disegni arriveranno»	Ci invii subito la planimetria del lotto e l'impronta dell'edificio. Il modello si imposta mentre i disegni vengono completati.
03 «La banca vuole qualcosa entro venerdì»	Dica quale decisione prende la banca. Di solito bastano l'area espositiva e l'area consegna.
04 «Mostrate tutte le auto che vendiamo»	Scelga i modelli di punta per le viste dello showroom. La gamma va nei formati per l'apertura.
05 «L'officina la facciamo dopo»	Ci invii ora il layout dell'officina, così lotto e parcheggi si pianificano insieme.
06 «Come la nostra ultima concessionaria»	Alleggi i file precedenti e dica che cosa è cambiato: marchio, dimensioni o lotto. Le finiture in archivio coprono il resto.

Conservi il modello, non solo le immagini.

Chieda che il modello dell'edificio e le scene restino in archivio. La ristrutturazione, il marchio successivo e la prossima sede del gruppo partono così dal rendering, non dalla modellazione.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA PAGINA UNICA

Che cosa ci mandano davvero i gruppi

I titolari di concessionarie non inviano capitolati. Per una nuova concessionaria mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel testo di un'e-mail, e basta per fare un preventivo.

01	Il lotto	La planimetria del lotto, il rilievo o uno screenshot satellitare con l'area evidenziata.
02	L'edificio	Disegni, schizzi o l'edificio esistente da ristrutturare.
03	Il marchio	Il manuale di corporate identity o le linee guida di design del marchio.
04	Lo showroom	Quante auto in esposizione e quali modelli in primo piano.
05	Il post-vendita	Accettazione officina, box, carrozzeria o autolavaggio, se previsti.
06	Lo stile	Due concessionarie che ammira, e ciò che non vuole.
07	Gli interlocutori	Revisione della casa madre, banca, Comune o apertura, e in quale ordine.
08	La data	Quando è la prima revisione e quale decisione c'è dietro.
09	Il budget	Per l'intero progetto o per fase. Basta uno dei due per definire il perimetro.

Parta dalla facciata

Faccia approvare prima la facciata secondo la corporate identity. Interni e viste del lotto seguono quel modello.

Verifichi la vista notturna

Faccia renderizzare la strada di giorno e di notte per il Comune. Un render si può correggere; un totem già costruito no.



Rendering di produzione Maverick Frame.

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 invii la planimetria e le linee guida del marchio

La planimetria del lotto o il rilievo, il manuale di corporate identity del marchio, eventuali schizzi o disegni e la data della prossima revisione, 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/
------------------------------	---

Progettazione concessionarie auto	maverickframe.com/it/soluzioni/progettazione-concessionarie-auto/
--	---

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.