



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Camere vendute prima che l'hotel esista: le quattordici immagini.

Il set di immagini che serve a un hotel per investitori, approvazione del brand, vendite di pre-apertura e piattaforme di prenotazione, prezzato riga per riga, con il brief di una pagina per farlo.

[SI PARTE DA QUI](#)

Quattro pubblici, una sola voce di budget

Un hotel compra render quattro volte: per gli investitori, per il team degli standard di design del brand, per il team vendite di pre-apertura e per le piattaforme di prenotazione. Di solito da persone diverse in momenti diversi, e spesso da fornitori diversi, così la stessa lobby viene modellata tre volte.

È lì che vanno i soldi. E le immagini fatte per prime, ampie viste architettoniche per la presentazione agli investitori, non fanno quasi nulla su una pagina di prenotazione, dove l'ospite decide in base alla camera, al bagno e alla vista dal letto.

CHI GUARDA

COSA DEVE VEDERE

01	Investitori	Arrivo, la facciata al tramonto e uno spazio comune che porta il concept. Tre viste, non dodici.
02	Approvazione del brand	La camera tipo e la lobby, abbastanza dettagliate da verificarle sul manuale degli standard del brand.
03	Vendite di pre-apertura	Camere, la suite, la sala eventi e il ristorante: ciò che compra chi prenota per gruppi o organizza matrimoni.
04	Piattaforme di prenotazione	Camera, bagno, vista e servizi, inquadrati per i tagli della galleria. Le immagini che prendono davvero le prenotazioni.

Lo modelli una volta, nell'ordine giusto.

Un solo modello della lobby e della camera tipo serve tutti e quattro i pubblici se lo si costruisce prima per il più esigente. La galleria di prenotazione richiede le finiture più accurate, quindi il modello parta da lì e ne derivino le viste per gli investitori.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA LISTA DELLE VISTE

Il set di pre-apertura, con i prezzi

Un composito dei set per l'hospitality che prezziamo, a tariffe di mercato da studio, per un hotel da 120 camere con ristorante, bar, una sala eventi e un servizio di punta. Ogni riga ha un compito e un luogo in cui sarà pubblicata.

VOCE	BASE	A PREZZI DA STUDIO
01 Arrivo e facciata al tramonto, per investitori e cartellone	2 x \$550	\$1.100
02 Lobby e reception, vista principale e controcampo	2 x \$500	\$1.000
03 Camera tipo: il letto, la scrivania e la finestra	2 x \$450	\$900
04 Suite: zona giorno e camera	2 x \$500	\$1.000
05 Bagni, camera tipo e suite	2 x \$400	\$800
06 Ristorante di giorno, bar di sera	2 x \$500	\$1.000
07 Sala eventi, allestimento banchetto	1 x \$450	\$450
08 Spa, piscina o rooftop, il servizio su cui vende	1 x \$500	\$500
09 Arredi delle camere modellati sull'abaco FF&E	modellazione	\$1.800
10 Panorami 360 della camera tipo e della suite	2 x \$600	\$1.200
11 Film di pre-apertura da 30 secondi dallo stesso modello	0,5 min	\$2.750
Quattordici immagini e il modello della camera, 01-09		\$8.550
360 e film, 10-11		\$3.950
Il set di pre-apertura completo		\$12.500
La prima fase, righe 01-05 e 09		\$6.600

La camera tipo è l'immagine che rende.

Gli ospiti prenotano la camera che riescono a vedere. Di tutta questa lista, la camera tipo e il suo bagno sono le viste che lavorano ancora sulle piattaforme di prenotazione molto dopo l'apertura, quindi meritano il modello più accurato e la cura maggiore.

GLI ERRORI DALLA SUA PARTE DEL TAVOLO

Cosa dicono i brief degli hotel, e cosa scrivere

Sette frasi che leggiamo in quasi ogni brief per l'hospitality. Ognuna moltiplica il numero di immagini o rimanda il modello a essere ricostruito.

NEL BRIEF	COSA SCRIVERE INVECE
01 Renderizzare tutte le tipologie di camera	Indichi la camera tipo e la suite. Le altre tipologie sono varianti che di rado richiedono immagini proprie; al massimo una vista in più ciascuna.
02 In linea con gli standard del brand	Alleggi il manuale degli standard e segni le pagine che valgono. Il team del brand verificherà comunque su quello; ce lo lasci leggere prima.
03 Finiture da confermare	Mandi l'abaco FF&E così com'è, anche in bozza. Le finiture che cambiano a modello costruito sono la revisione più cara nel lavoro per hotel.
04 Animato e pieno di vita	Dica quali spazi richiedono persone, e quante. Qualche ospite al bar sembra accogliente; una folla in ogni immagine sembra una foto di repertorio.
05 Per sito, investitori e portali di prenotazione	Elenchi i formati: una vista ampia, un taglio da galleria, un verticale per le storie. Inquadrare per tutti e tre insieme costa meno che rifare i render dopo.
06 La vista dalla finestra, quella più bella	Ci dica la vista reale dal piano della camera tipo. Una vista mare che non esiste è la via più rapida a un reclamo dopo l'apertura.
07 Serve per l'apertura	Serve per il giorno in cui partono le vendite, che viene molto prima dell'apertura. Il set deve essere online quando il team di pre-apertura alza il telefono.

Risponda sulla carta, non in un giro di revisione.

Ogni riga qui sopra richiede pochi minuti di risposta prima che il lavoro parta e un intero giro di revisione per correggerla dopo la prima bozza. Tenga i due giri sulla bozza per le immagini, non per il brief.

L'UNICA PAGINA

Cosa ci mandano davvero i team degli hotel

I gestori e gli sviluppatori i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non ci mandano capitolati. Mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail, ed è sufficiente per fare un preventivo e iniziare.

01	La struttura	Camere, brand o posizionamento, e a che punto è. Una riga.
02	I disegni	Piante, il modello di progetto se c'è, e quale versione è attuale.
03	L'abaco FF&E	Com'è oggi, con segnato ciò che può ancora cambiare.
04	Chi lo vede per primo	Investitori, il brand, le vendite o le piattaforme. Decide l'ordine.
05	Quali spazi	Camera tipo, suite, lobby, ristorante, bar, sala eventi, servizi.
06	La vista	Su cosa affaccia davvero la camera tipo, e la stagione in cui vende.
07	Persone	Quali spazi richiedono ospiti, e più o meno quanti.
08	Formati	Dove sarà pubblicata ogni immagine, e in quali tagli.
09	La data	Il giorno in cui partono le vendite di pre-apertura, non il giorno dell'apertura.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida a un perimetro adatto.

Mandi l'abaco in bozza, non il definitivo

Possiamo costruire l'architettura mentre l'FF&E si muove ancora. Arredi mobili e tessuti sono l'ultima cosa applicata e la più facile da cambiare.

Pianifichi ora la seconda ondata

Una volta aperto l'hotel, la fotografia prende il posto dei render nelle camere. I render mantengono valore per gli spazi ancora in allestimento e per le fasi successive; ci dica se ce ne sono.

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 quello che ha già

Piante, un modello, fotografie 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/
Visualizzazione per l'hospitality	maverickframe.com/it/servizi/rendering-esterni/
Oppure, semplicemente,	risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida.

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è il 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.