



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Un lancement exige 33 visuels. Le shooting a coûté **27 670 \$.**

Un produit en trois déclinaisons et 33 visuels de lancement, chiffrés par un shooting photo puis par un seul modèle 3D, et ce qui mérite d'être construit une fois pour servir partout.

POUR COMMENCER

Un lancement n’est pas un shooting : c’est 33 visuels

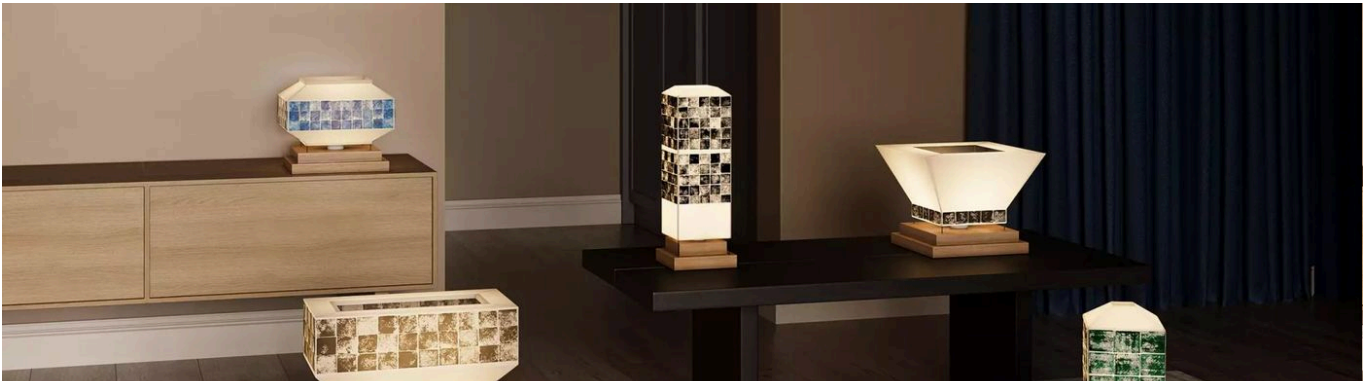
Lancer un produit voulait dire organiser un shooting. Aujourd’hui, cela veut dire une liste : des packshots dans le gabarit de chaque distributeur, des images lifestyle pour le site et les publicités, des gros plans de texture et d’ingrédients, une rotation à 360 pour la fiche produit et un film court décliné pour chaque canal. Comptée honnêtement, la liste d’un produit en trois déclinaisons dépasse la trentaine de visuels, et la plupart sont nécessaires avant que la production existe.

Un shooting chiffre cette liste à la journée. Chaque journée exige des échantillons finis, chaque déclinaison repasse sous les projecteurs, et une étiquette modifiée après la séance impose une deuxième séance. Un modèle 3D la chiffre une seule fois : le produit est construit à partir des plans de découpe ou de la CAO, et chaque visuel ensuite n’est qu’une caméra, une lumière et un rendu. Toute la différence est là, et c’est elle qui décide quelle voie revient moins cher pour quelle partie de la liste.

CE QU'EXIGE LE SHOOTING	CE QU'EXIGE UN SEUL MODÈLE
01 Des échantillons finis de chaque déclinaison, des semaines avant le lancement	Les plans de découpe, la CAO ou un échantillon, et les fichiers d’étiquette.
02 Une nouvelle installation pour chaque déclinaison et chaque angle	Un seul modèle. Une déclinaison, c’est un changement de matière et d’étiquette sur les mêmes caméras.
03 Un deuxième shooting quand l’étiquette ou la couleur change	Un nouveau fichier d’étiquette et un nouveau calcul des images concernées.
04 Une journée d’équipe pour le film et un plateau tournant pour la rotation	Le même modèle, animé. La rotation et le film partagent la même construction.

Chaque journée de plateau se paie avant la première image.

Un shooting dépense l’essentiel de son budget en journées : studio, équipe, lieu, échantillons. Un modèle le dépense une fois, dans la construction, et chaque visuel suivant coûte moins que le précédent. Sur une fiche produit, personne ne demande par quelle voie une image est arrivée.



Rendu de production Maverick Frame.

LA FACTURE

33 visuels, chiffrés des deux façons

Voici un composite du lancement d'un produit en trois déclinaisons, un pot de complément en trois parfums ou un sérum en trois teintes, chiffré aux tarifs du milieu de marché pour les deux voies. La colonne shooting suppose un studio compétent et une journée lifestyle en extérieur ; la colonne CGI suppose un seul modèle construit à partir des fichiers d'emballage.

VISUEL		SHOOTING PHOTO	CGI, UN MODÈLE
01	Échantillons pour le plateau, ou modèle maître et deux déclinaisons	1 200 \$	1 500 \$
02	18 packshots e-commerce, six angles par déclinaison	5 480 \$	2 580 \$
03	4 scènes lifestyle pour le site et les publicités	6 980 \$	2 200 \$
04	4 gros plans de texture et d'ingrédients	1 880 \$	1 400 \$
05	3 rotations à 360 degrés, une par déclinaison	1 350 \$	1 300 \$
06	Un film principal de 15 secondes	6 300 \$	1 800 \$
07	3 déclinaisons par canal : 9:16, 1:1 et un montage de 6 secondes	1 200 \$	450 \$
08	Les changements d'étiquette après le premier lot	3 280 \$	600 \$
Visuels livrés, par l'une ou l'autre voie			33
Coût par visuel, shooting photo			838 \$
Coût par visuel, un seul modèle			358 \$
La voie du shooting photo			27 670 \$
Les mêmes 33 visuels à partir d'un modèle			11 830 \$

COMMENT LES LIGNES SONT CONSTRUITES	SHOOTING PHOTO	CGI, UN MODÈLE
Packshots	2 journées de studio x 2 200 \$, retouche 18 x 60 \$	6 angles x 250 \$, 12 rendus de déclinaison x 90 \$
Lifestyle et texture	Journée en extérieur 6 500 \$, demi-journée macro 1 400 \$, retouche 8 x 120 \$	4 scènes x 550 \$, 4 gros plans x 350 \$
Changement d'étiquette	Journée de reprise 2 200 \$, retouche 18 x 60 \$	Échange de fichier, nouveau calcul

15 840 \$ d'écart, et ce sont surtout des journées.

Journées de studio, journée en extérieur, journée d'équipe, journée de reprise. Aucune ne produit d'image à elle seule, et chacune se réserve à nouveau quand une déclinaison ou une étiquette change. Le modèle, lui, se paie une fois, à la première ligne.

CONSTRUIRE UNE FOIS

Ce qu'on construit une fois, et ce que cela rapporte

L'économie de la voie CGI tient à une seule décision : construire correctement le produit une fois, avec tout ce dont les visuels suivants auront besoin. Voici les éléments qui valent d'être payés dès le départ, et ce à quoi chacun resservira pendant le lancement et dans toute la gamme.

CONSTRUIRE UNE FOIS	CE À QUOI CELA RESSERVIRA
01 Le modèle maître, à la précision de production	Chaque packshot, scène lifestyle, rotation et film. Construisez-le à partir des plans de découpe ou de la CAO, pas de photos d'un prototype.
02 Les étiquettes en fichiers séparés	Parfums, teintes, formats, packs régionaux et le prochain changement d'étiquette. Chaque fois, un échange de fichier, pas un nouveau modèle.
03 Des matières calées sur un vrai échantillon	Verre, plastique dépoli, film métallisé, vernis toucher doux. Calées une fois sur l'échantillon, validées, puis figées pour la gamme.
04 Un jeu de caméras packshot	Les mêmes six angles pour chaque déclinaison et pour le produit suivant, pour que la grille du distributeur reste cohérente.
05 Un jeu de lumières de marque	Une lumière studio et une lumière du jour. Les scènes lifestyle et le film en héritent, et le lancement se lit comme une seule campagne.
06 Une scène lifestyle construite comme un décor	Rhabillée pour les saisons, les distributeurs et les nouvelles déclinaisons, sans construire une nouvelle pièce.
07 Une bibliothèque de textures et d'ingrédients	Volutes de crème, poudres, gélules, plantes. Réutilisée dans toute la gamme et dans chaque film.
08 Le rig d'animation	Couvercles qui s'ouvrent, bouchons qui se vissent, la rotation. Le film, les déclinaisons et le film du prochain lancement le partagent.

1

MODÈLE, CONSTRUIT UNE FOIS

3

DÉCLINAISONS EN ÉCHANGE

33

VISUELS QUI EN SORTENT

600 \$

POUR UN CHANGEMENT D'ÉTIQUETTE

Quand un shooting reste le bon choix

Quand le produit se porte ou se manipule et que la peau, les cheveux ou le tissu sont le sujet de l'image, ou quand le produit fini existe déjà et que rien ne changera avant le lancement. Beaucoup de lancements mélangent les deux : les personnes viennent du shooting, le produit vient du modèle.

LA PAGE UNIQUE

Ce qu'il faut nous envoyer pour un tel lancement

Un brief de lancement produit n'a pas besoin d'être un cahier des charges. Une demi-page suffit pour chiffrer et commencer, le plus souvent dans le corps d'un e-mail. Dites ce que le lancement doit accomplir et laissez le détail à ceux qui construisent des produits en 3D tous les jours.

01	Le produit	Une ligne, et le nombre de déclinaisons : parfums, teintes, formats, coloris.
02	Les fichiers d'emballage	Plans de découpe et fichiers d'étiquette, même inachevés. La CAO aussi, si le produit a un corps et pas seulement une boîte.
03	Un échantillon, s'il existe	Même de présérie. Il tranche les questions de matière plus vite que n'importe quelle description.
04	La date de lancement	Et la date à laquelle les visuels doivent arriver chez les distributeurs, souvent des semaines plus tôt.
05	Où il sera vendu	Votre site, les places de marché, les distributeurs. Chacun a son gabarit de packshot ; nommez-les.
06	La liste des visuels	Packshots, lifestyle, texture, rotation, film. Cochez ce qu'il vous faut ; un chiffre par ligne suffit.
07	Le visuel principal	L'image ou le film sur lequel repose la vente du lancement.
08	Ce qui bouge encore	Étiquettes, allégations, couleurs. Dites-le maintenant ; c'est ce qui décide de ce qui sera construit en échange.
09	Les produits suivants	Si la gamme va s'étendre. Cela décide de la façon dont on prépare le modèle, les caméras et les scènes.
10	Le budget	Un montant ou une fourchette. C'est le chemin le plus court vers une liste de visuels qui tient.

Envoyez-le avant l'étiquette finale

Le modèle peut partir des plans de découpe et d'une étiquette provisoire. Les fichiers validés sont insérés à la fin, et les visuels de lancement n'attendent pas le dernier tour de remarques du service juridique.

Construisez pour la gamme, pas pour le lancement

Si un deuxième produit arrive, dites-le. Les caméras, lumières et scènes préparées pour le premier lancement rendent le suivant plus rapide et moins cher, et la gamme reste cohérente en rayon.

Joignez ce que vous avez, dans l'état où c'est : plans de découpe en PDF ou AI, export STEP ou CAO native, fichiers d'étiquette, références de finition ou Pantone et photos de tout échantillon. Un fichier manquant vous revient sous forme de question, pas de retard.

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 les plans de découpe, même bruts

Plans de découpe, fichiers d'étiquette, CAO, un échantillon ou des photos d'un prototype, dans l'état où ils sont. Nous vous répondrons avec une liste de visuels, un prix et les questions qui le déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Rendu produit	maverickframe.com/fr/services/rendu-3d-produit/
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.