



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

L'acheteur sur plan choisit sur huit images. Vous en payez **vingt-deux.**

Une commande de précommercialisation type pour une résidence, chiffrée image par image, et la série de campagne de huit images, échelonnée du lancement au chantier, pour 6 800 \$.

POUR COMMENCER

Vingt-deux images. Huit font la vente.

Un acquéreur sur plan réserve un logement qu'il ne peut pas visiter. Il se décide sur une courte série d'images : le bâtiment, son emplacement, la pièce où il vivra et la vue qu'il aura. Tout le reste de la plaquette sert à le rassurer.

La plupart des commandes de précommercialisation sont écrites dans l'autre sens. Les plans de l'architecte listent chaque façade, chaque typologie et chaque équipement, donc la commande aussi, et tout est commandé d'un seul coup avant le lancement. Une vingtaine d'images arrivent ensemble, la plupart ne quittent jamais le dossier, et les deux que l'acquéreur demande une fois le prix sur la table n'en font souvent pas partie.

CE QUI FONDE LA COMMANDE

CE QUE L'ACQUÉREUR DÉCIDE

01	Chaque façade de chaque bâtiment	Si l'endroit donne envie d'y rentrer le soir. Une vue principale, de jour et au crépuscule.
02	Chaque typologie, meublée	Le logement qu'il réserve. La typologie qui se vend le mieux porte les intérieurs ; le reste peut attendre.
03	Chaque équipement de la plaquette	Le seul équipement qui justifie le prix au mètre carré.
04	Un film de lancement, commandé avec les images fixes	La vue depuis son balcon, et le chemin de la rue jusqu'à sa porte.

L'acquéreur n'achète pas l'architecture. Il achète un matin dans l'appartement.

Les façades répondent aux questions du service d'urbanisme. Le séjour, la chambre et le balcon répondent à celles de l'acquéreur, et ce sont les images que l'équipe commerciale utilise chaque jour de la campagne.



Rendu de production Maverick Frame.

LA FACTURE

Ce que commandent les promoteurs, et ce qui vend

Voici un composite des commandes de précommercialisation que nous voyons pour une résidence d'environ 120 logements répartis en trois bâtiments, chiffré aux tarifs d'un studio de milieu de marché. Chaque ligne est une demande raisonnable. La deuxième colonne indique ce que chaque image a fait une fois la campagne lancée.

	COMMANDÉ AVANT LE LANCEMENT	DANS LA CAMPAGNE	TARIF STUDIO
01	Vue principale extérieure, de jour et au crépuscule (2)	a vendu	1 100 \$
02	Vue aérienne avec la situation (1)	a vendu	600 \$
03	Entrée et hall, cour avec piscine (2)	a vendu	1 050 \$
04	Séjour de la typologie la plus vendue (1)	a vendu	550 \$
05	Quatre autres angles extérieurs, un par façade	inutilisé	1 800 \$
06	Versions de nuit de deux extérieurs	inutilisé	900 \$
07	Séjours de quatre autres typologies	utilisé une fois	2 000 \$
08	Cuisines et salles de bains, trois vues	inutilisé	1 200 \$
09	Salle de sport et espace de coworking	inutilisé	900 \$
10	Deuxième vue aérienne, angle plan masse	inutilisé	600 \$
11	Un survol de 90 secondes	après le lancement	7 500 \$
12	Six panoramas 360 d'un appartement	trop tôt	3 000 \$
	Six images qui ont vendu le lancement		3 300 \$
	Seize images inutilisées ou utilisées une fois		7 400 \$
	Film et panoramas, achetés avant l'appartement témoin		10 500 \$
	Deux des huit images qui vendent, manquantes, commandées plus tard en express		+ 1 400 \$

Ce que le promoteur a payé **22 600 \$**

La série de campagne de huit images, avec un film court **6 800 \$**

22 600 \$ pour six des huit images qui vendent.

Les deux qui manquaient étaient la vue depuis un balcon et la chambre principale de la typologie la plus vendue. Elles ont été commandées dans l'urgence une fois les réservations ouvertes, au tarif express, à partir d'une maquette déjà construite pour vingt-deux autres vues.

LA SÉRIE DE CAMPAGNE

Huit images, commandées dans l'ordre de la vente

Commandez la série par étapes, au rythme du calendrier commercial, et non en une seule commande avant le lancement. La maquette est construite une fois pour la vue principale, et chaque image suivante en sort vite, sans remodelisation.

ÉTAPE	L'IMAGE ET SON RÔLE	COÛT
Avant le lancement	Vue principale extérieure, de jour. Palissade, bannière de portail, couverture de plaquette. À commander en premier, seule.	550 \$
Avant le lancement	Vue principale au crépuscule. La même caméra, éclairée. Elle vend la soirée et tient sur une palissade.	550 \$
Avant le lancement	Vue aérienne avec la situation. Le parc, la gare, la mer : ce que vaut l'adresse.	600 \$
Réservations	Séjour de la typologie la plus vendue. La pièce que l'acquéreur imagine en premier.	550 \$
Réservations	Chambre principale, même logement. La deuxième question, une fois le prix connu.	500 \$
Réservations	La vue depuis un balcon à hauteur type. Ce que paie la prime d'étage.	500 \$
Réservations	Entrée et hall. Le chemin de la rue jusqu'à la porte.	500 \$
Réservations	L'équipement qui fait le prix. Piscine, cour ou toit-terrasse. Un seul.	550 \$
Chantier	Un film de 30 secondes tiré de la même maquette. Il fait vivre la campagne quand le terrain ne montre qu'une grue.	2 500 \$
Plus tard, si besoin	Une deuxième typologie. Seulement quand une typologie se vend lentement, jamais avant.	500 \$ l'une

Huit images fixes : 4 300 \$. Avec le film : 6 800 \$.

Payées au fil du calendrier plutôt qu'avant le lancement. Si la bulle de vente a un écran, trois panoramas 360 de l'appartement témoin (environ 1 500 \$) peuvent remplacer le film pendant le chantier. Choisissez un seul format animé, pas les deux.



Rendu de production Maverick Frame.

LA PAGE UNIQUE

Le brief pour lancer une résidence

Pour commencer, pas besoin de cahier des charges. Une demi-page comme celle-ci, souvent dans le corps d'un e-mail, nous suffit pour chiffrer la série de campagne et attaquer la vue principale. Dites ce que vous vendez et quand ; laissez le travail de caméra à ceux qui le règlent tous les jours.

01	Le programme	Une ligne : bâtiments, nombre de logements, adresse. Joignez les plans ou la maquette de l'architecte et dites quelle version est à jour.
02	Le calendrier commercial	Lancement, réservations, début du chantier, livraison. Nous échelonnons la commande sur ces dates.
03	L'acquéreur	Primo-accédants, familles, seniors ou investisseurs. Cela décide du logement et de la lumière.
04	Le logement qui vend	La typologie que vous pensez vendre le mieux, ou que vous devez le plus vendre. Elle reçoit les intérieurs.
05	La vue principale	Marquée sur le plan masse. Deux minutes ici économisent un tour de correction.
06	Le balcon	L'étage et l'orientation d'où regarde un acquéreur type. Une photo de drone à cette hauteur aide.
07	L'équipement	Celui qui justifie le prix : piscine, cour ou toit-terrasse.
08	Les finitions	La notice descriptive ou la planche d'ambiance de l'appartement témoin, même inachevée.
09	Où ce sera diffusé	Taille de la palissade, portails, plaquette, écran de la bulle de vente.
10	Le budget	Un montant ou une fourchette. C'est le chemin le plus court vers une série qui tient.

Joignez tout ce qui existe déjà

- ☐ Les plans ou la maquette de l'architecte, et le mix des logements avec les surfaces
- ☐ La notice des finitions ou la planche d'ambiance de l'appartement témoin
- ☐ Des photos de drone ou du terrain, même prises au téléphone
- ☐ Le nom du programme, son logo et la maquette de la plaquette si l'agence en a une

Dites l'intention, pas le détail

Dites-nous qui achète et quand vous lancez. Un brief qui fixe chaque focale et chaque hauteur de caméra est pris au mot, et cela se voit sur les images.

Calez-nous avant la date de la palissade

Les commandes les plus chères sont passées après qu'un premier prestataire a raté le lancement. Briefez-nous tant que le lancement n'est encore qu'une date dans l'agenda.

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 ce que vous avez déjà

Plans, maquette 3D, photos ou brouillon de brief, dans l'état où ils sont. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Perspectives immobilières	maverickframe.com/fr/services/perspective-3d-immobilier/
Ou tout simplement	répondez à l'e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dim Kuzmenko est cofondateur 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.