



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

L'hôtel n'existe pas encore. Neuf images doivent le **remplir.**

La série d'images de pré-ouverture d'un hôtel ou d'un lieu, chiffrée à 9 650 \$: quels espaces montrer aux investisseurs, à l'exploitant et aux premiers clients, et lesquels laisser de côté.

POUR COMMENCER

L'hôtel n'est pas construit. Les chambres sont en vente.

Un hôtel se vend trois fois avant l'arrivée du premier client. Les investisseurs et les banques achètent l'idée, un exploitant ou une enseigne achète la conformité à ses standards, et les premiers clients achètent une chambre sur un site de réservation qui n'a que des rendus à montrer. Chacun décide sur images, et chacun y cherche autre chose.

La plupart des briefs de pré-ouverture ignorent cet ordre. Ils listent chaque espace des plans de l'architecte, de la salle de bal aux cabines de soin, et demandent tout d'un coup, souvent avec un long film en prime. La série qui fonctionne est plus courte et échelonnée : d'abord les images qui portent le dossier d'investissement, puis celles que l'exploitant doit valider, puis celles qui remplissent le moteur de réservation.

CE QUE LISTE EN GÉNÉRAL LE BRIEF

QUI EN A BESOIN, ET QUAND

01	Chaque type de chambre, meublé	Les clients réservent la chambre standard et paient plus pour la suite. Rendez ces deux-là ; les autres suivent en variantes.
02	Chaque point de vente : restaurant, bar, café, bar de piscine	Un seul, celui que viendront voir aussi les gens qui ne dorment pas sur place.
03	Salles de réunion, salle de bal, salle de sport	La fiche technique de l'exploitant, sauf si l'événementiel fait le chiffre d'affaires.
04	Un long film de lancement	Un film court tiré de la maquette des images fixes, ou des 360 de deux chambres. Pas les deux avant l'ouverture.

L'investisseur achète l'emplacement. Le client achète la vue depuis le lit.

La vue aérienne et l'arrivée font le dossier d'investissement. La chambre, la vue et la piscine remplissent le site de réservation. Les images entre les deux sont pour l'exploitant, et il en faut moins que ne le suggère le brief.



Rendu de production Maverick Frame.

LA FACTURE

La série de pré-ouverture, chiffrée image par image

Voici un composite de série de pré-ouverture pour un hôtel resort d'environ 90 chambres avec un restaurant, une piscine et un spa, chiffré aux tarifs d'un studio de milieu de marché. La deuxième colonne indique le public que chaque image doit convaincre. Pour un café, un club ou un équipement sportif, la série est plus courte, mais la logique est la même.

	IMAGE	ELLE CONVAINC	TARIF STUDIO
01	Vue aérienne avec le site, le rivage et la route d'accès	investisseurs	600 \$
02	Arrivée au crépuscule, depuis la dépose	les trois	550 \$
03	Hall et réception, à hauteur d'œil	exploitant	600 \$
04	Chambre standard, celle qui remplit l'hôtel	clients	550 \$
05	Suite ou villa, celle qui fait monter le prix moyen	investisseurs	650 \$
06	La vue depuis la chambre, le balcon ou la terrasse	clients	500 \$
07	Le restaurant signature, en service	exploitant	600 \$
08	Piscine et deck, avec des personnes	clients	550 \$
09	L'équipement phare : spa, terrain de padel ou beach club	clients	550 \$
10	Un film de 45 secondes tiré de la même maquette	les trois	4 500 \$
	Neuf images fixes		5 150 \$
	Un film de 45 secondes		4 500 \$
	À la place du film : panoramas 360 de la chambre standard et de la suite		ou 1 200 \$
	La série de pré-ouverture		9 650 \$
	Le même hôtel, rendu comme le liste le brief habituel		29 050 \$

29 050 \$, c'est le brief qui rend chaque pièce des plans.

Vingt-huit images fixes au lieu de neuf (chaque type de chambre et de salle de bains, trois points de vente de plus, salles de réunion, salle de sport et cabine de soin, deux vues aériennes de plus, versions de nuit), un film de 90 secondes et huit panoramas. Trois fois la série ci-dessus, et aucune des images en plus n'est celle qui remplit une chambre.

ESPACE PAR ESPACE

Ce qu'il faut montrer, et ce qu'il faut laisser

Parcourez les plans avec cette liste avant de demander un devis. Chaque ligne nomme un espace, la façon de le montrer et le moment où il peut attendre.

L'ESPACE	LE MONTRER AINSI, OU LE LAISSER
01 L'arrivée	La première image que jugent l'exploitant et le client. Une vue depuis la dépose au crépuscule, éclairée comme le bâtiment le sera vraiment.
02 Les types de chambre	Celle qui remplit l'hôtel et celle qui fixe le prix moyen. Les autres types sont des variantes de la même maquette, chiffrées bien en dessous d'une nouvelle vue, et peuvent suivre une fois les plans validés par l'exploitant.
03 La vue depuis la chambre	Souvent la raison de réserver. Cadrez-la depuis le lit ou la terrasse, avec la vraie orientation et le vrai horizon.
04 Restauration et bar	Un seul point de vente, montré en service, à l'heure où il rapporte. Le bar de piscine et le café du hall sont des lignes de la fiche technique.
05 Les équipements	Celui dont dépend le prix : piscine, spa, terrain de padel ou plage. Une salle de sport mérite rarement sa propre image.
06 La vue aérienne	Une seule, pour les investisseurs et pour raconter l'emplacement, avec la route d'accès et ce qui est à proximité.
07 Film ou 360	Un seul format animé avant l'ouverture : un film court pour le deck et les réseaux, ou des 360 de deux chambres pour le site de réservation.
08 Réunions et coulisses	Laissez-les au dossier technique de l'exploitant, sauf si l'événementiel fait le chiffre d'affaires.
09 Le calendrier	Les images investisseurs avant la levée de fonds, les images exploitant avant la validation de l'enseigne, les images clients avant l'ouverture des réservations.



Rendu de production Maverick Frame.

LA PAGE UNIQUE

Le brief d'un hôtel qui n'a pas encore ouvert

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 et attaquer l'arrivée. Dites qui doit dire oui ensuite, et quand ; laissez le travail de caméra à ceux qui le règlent tous les jours.

01	Le projet	Une ligne : hôtel, resort, café ou club, nombre de chambres, points de vente. Joignez les plans ou la maquette de l'architecte.
02	Qui doit dire oui ensuite	Investisseurs, une banque, un exploitant d'enseigne ou les premiers clients. C'est ce qui décide par où commence la série.
03	La date qui compte	Le rendez-vous de financement, la validation de l'enseigne ou le jour d'ouverture des réservations.
04	Le positionnement	L'enseigne exploitante ou le client que vous visez, et le prix moyen attendu.
05	Les deux chambres	Le type qui remplit l'hôtel et celui qui fixe le prix.
06	Le concept intérieur	Les planches d'ambiance du designer et la liste FF&E, même inachevées.
07	L'équipement phare	Piscine, spa, terrain de padel ou beach club. Celui dont dépend le prix.
08	Restauration et bar	Le lieu dont les clients se souviendront, et l'heure où il est le plus animé.
09	Le format animé	Un film court ou des 360, et où ils seront diffusés.
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 tableau des chambres
- ☐ Les planches d'ambiance et les matériaux de l'architecte d'intérieur
- ☐ Des photos du site ou de drone, même prises au téléphone
- ☐ La charte de marque de l'exploitant, si un contrat est signé

Briefez le client, pas le bâtiment

Dites-nous qui séjourne et combien il paie. 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 financement

Les commandes les plus chères sont passées après qu'un premier prestataire a raté le deck. Briefez-nous tant que le rendez-vous 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/
---------------------------------	---

Hôtellerie	maverickframe.com/fr/solutions/perspective-3d-hotel/
-------------------	---

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.