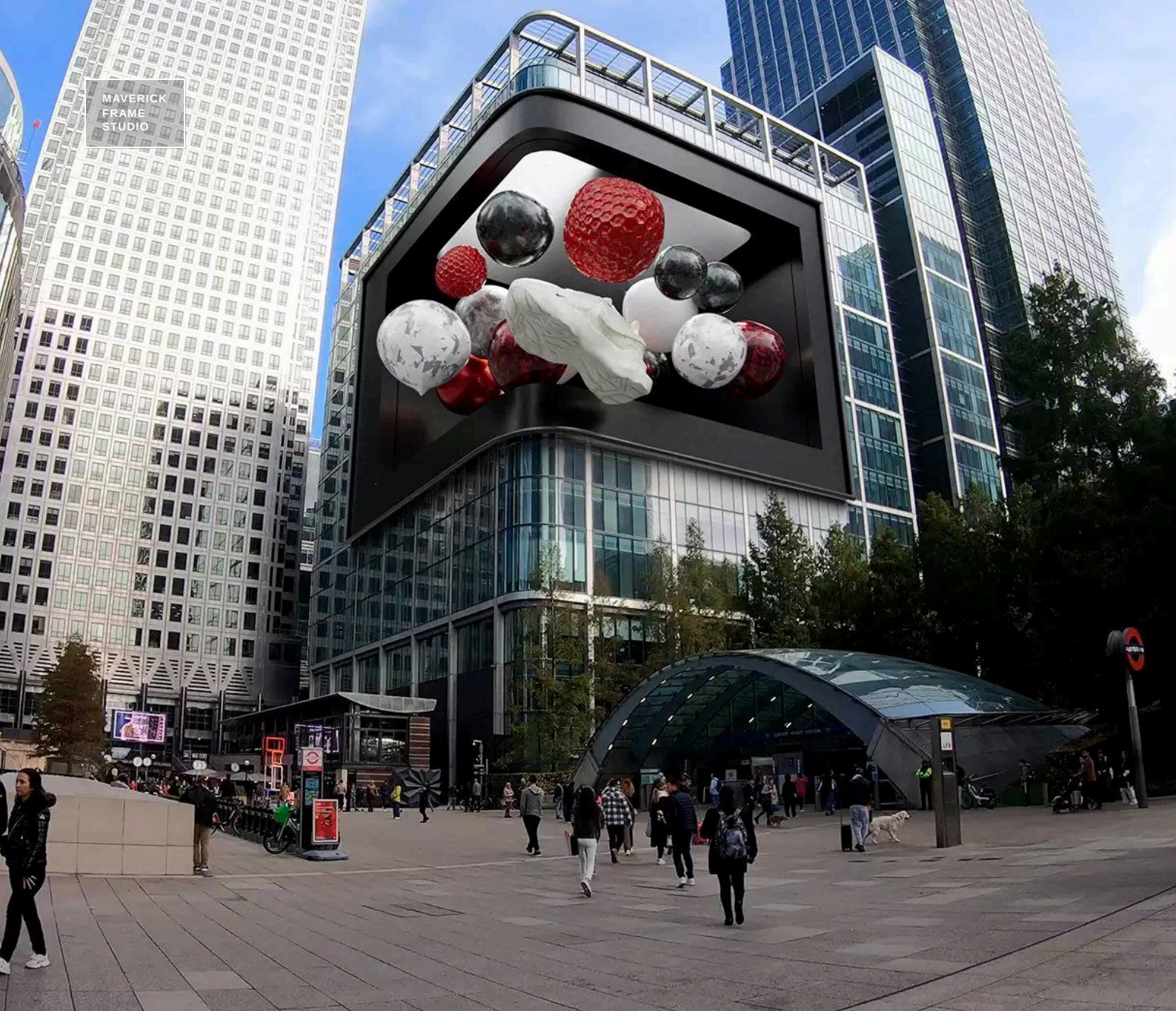




GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Al Suo lancio servivano 8.550 \$ di visual. Ne ha ordinati **20.910 \$.**

Un ordine tipico per il lancio di un'app o di un prodotto AI, prezzato voce per voce: i cinque visual che hanno lavorato e i cinque che nessuno ha guardato dopo il giorno del lancio.

DA DOVE PARTIRE

Un lancio sono cinque luoghi, non un elenco di funzioni

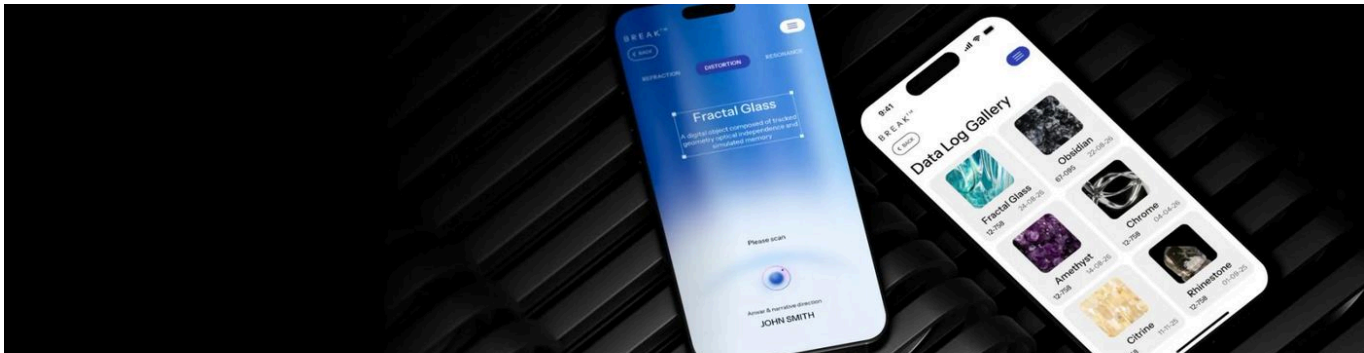
Quando un'app, un prodotto AI o una campagna di brand diventano pubblici, i visual si ordinano quasi sempre a partire dall'elenco delle funzioni: ogni schermata, ogni dispositivo, una scena per ogni pubblico, un film che spiega tutto. Il team di prodotto sa che ogni funzione conta, quindi ognuna riceve il suo render. L'ordine cresce prima che qualcuno chieda dove verranno viste le immagini.

Un lancio si vede in pochi luoghi: la scheda nello store, la presentazione per gli investitori, l'hero della landing page, il feed social e un momento che fa parlare. Ognuno di questi luoghi contiene pochissimi visual. Tutto ciò che si ordina oltre viene modellato, illuminato, renderizzato e revisionato con la stessa cura dell'hero, e poi resta in una cartella condivisa.

DA COSA NASCE L'ORDINE		DOVE IL LANCIO SI VEDE DAVVERO	
01	Ogni schermata del prodotto, ognuna in un dispositivo	Una scheda nello store mostra una breve fila di screenshot. Ordini quella fila, non l'app intera.	
02	Ogni dispositivo e colore su cui gira il prodotto	Un solo dispositivo, quello che il Suo acquirente ha in mano, ritagliato per ogni posizione.	
03	Una scena lifestyle per ogni segmento di pubblico	Una scena del prodotto in uso che presentazione, sito e stampa possono condividere.	
04	Un film lungo che spiega ogni funzione	Brevi tagli per il feed e un'azione spettacolare da condividere. Le funzioni cambiano alla release successiva.	

L'elenco delle funzioni non è una lista di inquadrature.

Un visual ordinato senza un luogo in cui uscire costa esattamente quanto uno pubblicato. Il risparmio non sta in una tariffa più bassa. Sta nei render che non ordina, perché nessuno ha saputo dire dove sarebbero comparsi.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Cosa ha ordinato il lancio, e cosa ha usato

Ecco un composito di un ordine tipico per il lancio di un'app con un round di finanziamento in parallelo, prezzato a tariffe da studio di fascia media. Ogni voce è una richiesta ragionevole. La seconda colonna registra cosa è successo a ciascuna dopo il giorno del lancio.

	VOCE	DOPO IL LANCIO	TARIFFA STUDIO
01	Immagine hero del dispositivo, telefono in mano, scena lifestyle	usata	650 \$
02	Tre fotogrammi per la presentazione, il prodotto in uso (3 x 450 \$)	usati	1.350 \$
03	Set per lo store, sei schermate in un'unica scena col dispositivo	usato	1.150 \$
04	Tagli social dell'hero, 9:16, 1:1 e 4:5 (3 x 300 \$)	usati	900 \$
05	Un'azione spettacolare in CGI: clip FOOH di dieci secondi con tagli per piattaforma	usata	4.500 \$
06	Tutte le altre schermate dell'app in un dispositivo (18 x 120 \$)	inutilizzate	2.160 \$
07	L'hero in altri tre colori del dispositivo (3 x 300 \$)	inutilizzato	900 \$
08	Versioni tablet e smartwatch dell'hero (2 x 450 \$)	inutilizzate	900 \$
09	Quattro scene lifestyle per persona (4 x 600 \$)	inutilizzate	2.400 \$
10	Un video esplicativo di 90 secondi su ogni funzione	inutilizzato	6.000 \$
	Cinque voci usate		8.550 \$
	Cinque voci che nessuno ha guardato		12.360 \$
	Quota del budget che ha lavorato		41%
	Quanto è costato l'ordine del lancio		20.910 \$
	Quanto è costato il set usato davvero		8.550 \$

12.360 \$ sono quasi tre azioni spettacolari in più.

La metà inutilizzata non era fatta male. È stata ordinata dall'elenco delle funzioni prima che qualcuno dicesse dove sarebbe uscita. Con la stessa cifra si sarebbe pagata la clip in CGI quasi tre volte, oppure il set per lo store e i tagli social delle prossime release.

IL SET DI LANCIO

Cinque da fare, quattro da saltare

Scriva questo elenco prima di chiedere un preventivo. Le prime cinque voci coprono i luoghi in cui un lancio o un round di finanziamento si vedono davvero. Le ultime quattro sono i motivi abituali per cui un ordine raddoppia. Ognuna vale la pena farla più tardi, se compare un luogo vero in cui pubblicarla.

LA VOCE	DI COSA HA BISOGNO
01 Immagine hero del dispositivo	Una scena, il dispositivo che il Suo acquirente ha in mano e l'unica schermata che spiega il prodotto a colpo d'occhio. Banner web, copertina della presentazione e grafica dello store sono ritagli di questa, non nuovi render.
02 Fotogrammi per la presentazione	Tre: il problema, il prodotto in uso, il risultato. Renderizzati in 16:9 per riempire una slide senza ritagli. Le presentazioni di un round li riutilizzano per mesi.
03 Set per lo store	Una scena con il dispositivo e le schermate sostituite, nei formati richiesti dallo store. Mandi le schermate definitive: una schermata cambiata dopo il render è un nuovo render.
04 Tagli social	Pochi secondi ciascuno, in 9:16, 1:1 e 4:5, ricavati dall'hero e dalla clip. Indichi i formati nel brief, così l'inquadratura lascia spazio a ogni ritaglio.
05 Un'azione spettacolare in CGI	Una clip FOOH o un momento del prodotto nel mondo reale, da otto a quindici secondi, un'idea e un luogo. È la voce che la gente condivide, quindi riceve il budget che avrebbero preso gli extra.
06 Da saltare: ogni schermata in un dispositivo	La fila dello store e la presentazione ne richiedono una manciata. Le altre si sostituiscono nella stessa scena più avanti, quando una release ne ha bisogno.
07 Da saltare: ogni dispositivo e colore	Un dispositivo in un colore regge un lancio. Aggiunga il tablet quando esiste una versione tablet.
08 Da saltare: una persona per ogni segmento	Una scena del prodotto in uso serve presentazione, sito e stampa. Le persone nell'inquadratura possono venire da uno shooting, dalla CGI o da un modello generato con AI; decida prima quale.
09 Da saltare: il video esplicativo lungo	Le funzioni cambiano alla release successiva. Metta la spiegazione nelle schermate dello store e in un taglio breve.

L'UNICA PAGINA

Il brief breve per un set di lancio

Un lancio come quello qui sopra non parte da una specifica creativa. Parte da qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail con un link alle schermate, ed è sufficiente per prezzare l'intero set e iniziare a lavorare sull'hero.

01	Il prodotto	Una riga, più gli export delle schermate, un link Figma o una build di prova.
02	Il momento	Un lancio nello store, un round di finanziamento, un rebranding o una nuova funzione.
03	Dove uscirà	Scheda nello store, presentazione, landing page, social, media a pagamento. Questo elenco è la lista delle inquadrature.
04	La schermata hero	L'unica schermata che spiega il prodotto a colpo d'occhio.
05	Il dispositivo	Quale telefono o portatile, e in quale colore. Al massimo uno per tipo.
06	Persone nell'inquadratura	Nessuna, uno shooting vero, un personaggio in CGI o un modello generato con AI.
07	L'azione spettacolare, se c'è	Un'idea e la città o il tipo di luogo in cui deve essere vista.
08	I file del brand	Logo, caratteri e colori, e quali schermate sono definitive.
09	La data	Quella vera: l'invio allo store, l'incontro con gli investitori, il post del lancio.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida verso un set su misura.

Prima congeli le schermate

I render si costruiscono attorno alle schermate che ci manda. Una schermata che cambia dopo il render è un nuovo render: fissi la schermata hero e la fila dello store prima di iniziare, e mandi il resto più tardi come sostituzioni.

Dica il momento, lasci la specifica

Quasi tutti i brief che riceviamo oggi sono scritti da un modello linguistico e chiedono tutto. Ci dica il momento e i luoghi in cui sarà visto, e lasci proporre il set a chi realizza questi visual ogni giorno.

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 le schermate e la data

Export delle schermate o un link Figma, la presentazione che sta preparando, i file del brand e la data del lancio o dell'incontro, nello stato in cui sono. Le risponderemo con il set che ordineremmo noi, un prezzo e le domande che lo determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
------------------------------	---

Visual per il lancio	maverickframe.com/it/servizi/fooh/
-----------------------------	---

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.