



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

L'hotel non esiste ancora. Nove immagini devono **riempirlo.**

Il set di immagini pre-apertura per un hotel o un locale,rezzato a 9.650 \$: quali spazi mostrare a investitori, gestore e primi ospiti, e quali lasciare fuori.

DA DOVE PARTIRE

L'hotel non è costruito. Le camere sono in vendita.

Un hotel si vende tre volte prima che arrivi il primo ospite. Investitori e banche comprano l'idea, un gestore o un brand compra la coerenza con i propri standard, e i primi ospiti comprano una camera su un sito di prenotazione che ha solo render da mostrare. Ognuno decide sulle immagini, e ognuno cerca qualcosa di diverso.

Quasi tutti i brief pre-apertura ignorano quest'ordine. Elencano ogni spazio dei disegni dell'architetto, dalla sala banchetti alle cabine trattamenti, e chiedono tutto in una volta, di solito con un lungo film in allegato. Il set che funziona è più corto e scaglionato: prima le immagini che sostengono il caso d'investimento, poi quelle che il gestore deve approvare, poi quelle che riempiono il motore di prenotazione.

COSA ELENCA DI SOLITO IL BRIEF

A CHI SERVE, E QUANDO

01	Ogni tipologia di camera, arredata	Gli ospiti prenotano la camera standard e pagano di più per la suite. Renderizzi quelle due; le altre seguono come varianti.
02	Ogni punto ristoro: ristorante, bar, caffetteria, pool bar	Uno solo, quello che frequenterà anche chi non dorme in hotel.
03	Sale riunioni, sala banchetti, palestra	La scheda tecnica del gestore, a meno che gli eventi non facciano il fatturato.
04	Un lungo film di lancio	Un film breve dal modello delle immagini, oppure 360 di due camere. Non entrambi prima dell'apertura.

L'investitore compra la posizione. L'ospite compra la vista dal letto.

La vista aerea e l'arrivo fanno il caso d'investimento. La camera, la vista e la piscina riempiono il sito di prenotazione. Le immagini nel mezzo servono al gestore, e sono meno di quante ne suggerisca il brief.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Il set pre-apertura, prezzato immagine per immagine

Ecco un composito del set pre-apertura per un resort di circa 90 camere con un ristorante, una piscina e una spa, prezzato a tariffe da studio di fascia media. La seconda colonna indica il pubblico che ogni immagine deve convincere. Per una caffetteria, un club o un impianto sportivo il set è più corto, ma la logica è la stessa.

	IMMAGINE	CONVINCE	TARIFFA STUDIO
01	Vista aerea con il lotto, la costa e la strada d'accesso	investitori	600 \$
02	Arrivo al tramonto, dal punto di sbarco	tutti e tre	550 \$
03	Lobby e reception, ad altezza d'occhio	gestore	600 \$
04	Camera standard, quella che riempie l'hotel	ospiti	550 \$
05	Suite o villa, quella che alza la tariffa	investitori	650 \$
06	La vista dalla camera, dal balcone o dalla terrazza	ospiti	500 \$
07	Il ristorante principale, in servizio	gestore	600 \$
08	Piscina e solarium, con persone	ospiti	550 \$
09	Il servizio distintivo: spa, campo da padel o beach club	ospiti	550 \$
10	Un film di 45 secondi dallo stesso modello	tutti e tre	4.500 \$
	Nove immagini		5.150 \$
	Un film di 45 secondi		4.500 \$
	Al posto del film: panorami 360 della camera standard e della suite		oppure 1.200 \$
	Il set pre-apertura		9.650 \$
	Lo stesso hotel, renderizzato come lo elenca il brief abituale		29.050 \$

29.050 \$ è il brief che renderizza ogni stanza dei disegni.

Ventotto immagini invece di nove (ogni tipologia di camera e di bagno, altri tre punti ristoro, sale riunioni, palestra e cabina trattamenti, altre due viste aeree, versioni notturne), un film di 90 secondi e otto panorami. Tre volte il set qui sopra, e nessuna delle immagini in più è quella che riempie una camera.

SPAZIO PER SPAZIO

Cosa mostrare, e cosa lasciare fuori

Ripassi i disegni con questo elenco prima di chiedere un preventivo. Ogni riga nomina uno spazio, il modo di mostrarlo e quando può aspettare.

LO SPAZIO	LO MOSTRI COSÌ, OPPURE LO LASCI
01 L'arrivo	La prima inquadratura che gestore e ospite giudicano. Una vista dal punto di sbarco al tramonto, illuminata come sarà davvero illuminato l'edificio.
02 Le tipologie di camera	Quella che riempie l'hotel e quella che fissa la tariffa media. Le altre sono varianti dello stesso modello, prezzate molto meno di una nuova vista, e possono seguire quando il gestore approva i layout.
03 La vista dalla camera	Spesso è il motivo della prenotazione. La inquadri dal letto o dalla terrazza, con l'orientamento vero e l'orizzonte vero.
04 Food and beverage	Un solo punto ristoro, mostrato in servizio, all'ora in cui incassa. Il pool bar e la caffetteria della lobby sono righe della scheda tecnica.
05 I servizi	Quello da cui dipende la tariffa: piscina, spa, campo da padel o spiaggia. Una palestra raramente richiede un'immagine propria.
06 La vista aerea	Una, per gli investitori e per raccontare la posizione, con la strada d'accesso e ciò che è raggiungibile.
07 Film o 360	Un solo formato in movimento prima dell'apertura: un film breve per la presentazione e i social, oppure 360 di due camere per il sito di prenotazione.
08 Riunioni e aree di servizio	Le lasci al pacchetto tecnico del gestore, a meno che gli eventi non facciano il fatturato.
09 I tempi	Immagini per gli investitori prima del round di finanziamento, per il gestore prima dell'approvazione del brand, per gli ospiti prima che apra il motore di prenotazione.



Rendering di produzione Maverick Frame.

L'UNICA PAGINA

Il brief per un hotel che non ha ancora aperto

Per iniziare non serve una specifica. Mezza pagina come questa, spesso nel corpo di una mail, ci basta per prezzare il set e partire con l'arrivo. Dica chi deve dire sì per primo e quando; lasci le camere a chi le imposta ogni giorno.

01	Il progetto	Una riga: hotel, resort, caffetteria o club, numero di camere, punti ristoro. Alleghi i disegni o il modello dell'architetto.
02	Chi deve dire sì	Investitori, una banca, un gestore con il suo brand o i primi ospiti. Decide da dove parte il set.
03	La data che conta	L'incontro con gli investitori, l'approvazione del brand o il giorno in cui si aprono le prenotazioni.
04	Il posizionamento	Il brand del gestore o l'ospite per cui si costruisce, e la tariffa che si aspetta.
05	Le due camere chiave	La tipologia che riempie l'hotel e quella che fissa la tariffa.
06	Il progetto d'interni	I moodboard del designer e l'elenco FF&E, anche se non definitivi.
07	L'unico servizio	Piscina, spa, campo da padel o beach club. Quello da cui dipende la tariffa.
08	Food and beverage	Il punto ristoro che gli ospiti ricorderanno, e quando è più affollato.
09	Formato in movimento	Un film breve o i 360, e dove usciranno.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida verso un set su misura.

Alleggi ciò che esiste già

- ☐ I disegni o il modello dell'architetto, e l'elenco delle camere
- ☐ I moodboard e i materiali dell'interior designer
- ☐ Foto del lotto o col drone, anche fatte con il telefono
- ☐ Le linee guida del brand del gestore, se il contratto è firmato

Descriva l'ospite, non l'edificio

Ci dica chi soggiorna e quanto paga. Un brief che fissa ogni obiettivo e ogni altezza di camera viene preso alla lettera, e nelle immagini si vede.

Ci coinvolga prima della data del round

Gli ordini più costosi arrivano dopo che un primo fornitore ha mancato la presentazione. Ci mandi il brief finché l'incontro è ancora una data in agenda.

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/
Hotel e ospitalità	maverickframe.com/it/soluzioni/rendering-hotel/
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.