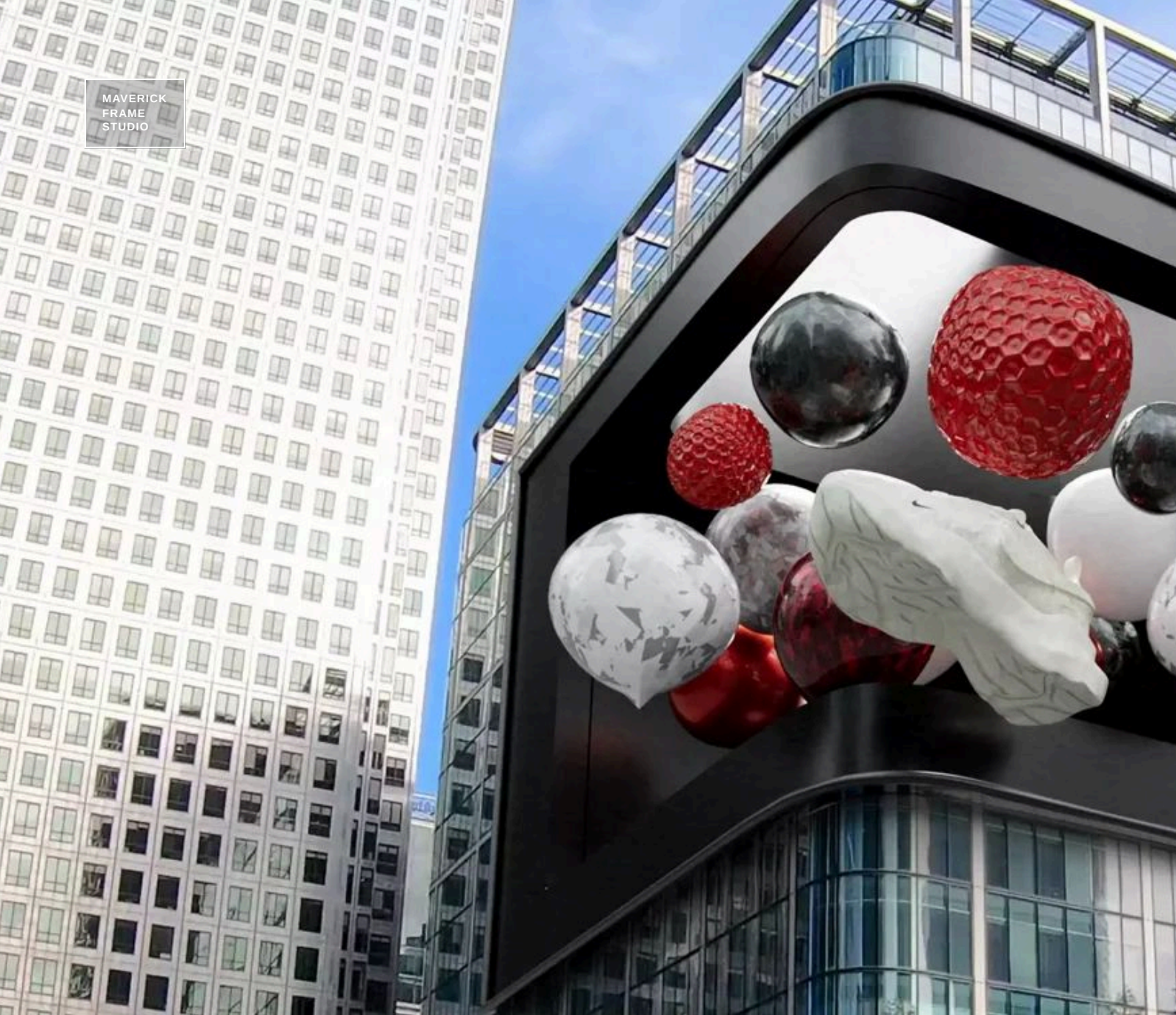




GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

# Douze questions avant que le client voie le rendu.

À poser avant de confier une campagne client à un studio CGI, quel qu'il soit. Un partenaire digne de votre marge répond aux douze en un e-mail. Le mauvais se tait vers la question quatre.

## POUR COMMENCER

# Chaque échec était visible avant l'envoi du brief

La CGI d'agence échoue rarement sur la bande démo. Tous les studios en ont une bonne. Elle échoue sur les cinq points ci-dessous, en général la semaine qui précède la diffusion, et chacun aurait pu être repéré dès le premier e-mail, si quelqu'un avait posé la question.

## CE QUE PROMETTAIT L'APPEL COMMERCIAL

## CE QUE VOUS DÉCOUVREZ EN SEMAINE TROIS

|    |                                              |                                                                                                                                                                                                                      |
|----|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | « Nous absorbons vos pics »                  | <b>La capacité s'épuise avant le carnet de commandes.</b> Trois campagnes tombent le même mois. La vôtre passe derrière un plus gros compte, et le visuel du pitch arrive après le pitch.                            |
| 02 | « Envoyez-nous simplement les échantillons » | <b>Le produit n'est pas prêt pour la séance photo.</b> Les échantillons arrivent tard et dans la mauvaise couleur. Le studio attend le produit, et la date de lancement ne bouge pas.                                |
| 03 | « Les corrections sont incluses »            | <b>Les retours client arrivent tard et souvent.</b> Le troisième tour de votre client sur le coloris rouvre la scène, et chaque tour après le deuxième arrive avec des frais que personne n'avait chiffrés.          |
| 04 | « Notre pipeline IA est rapide »             | <b>Les visuels IA et les images de banque ne passent pas la validation.</b> Le key visual est flou, le texte de l'étiquette illisible, le bouchon n'a pas la bonne forme, et l'équipe de marque le rejette en revue. |
| 05 | « Nous livrons un master, vous recadrez »    | <b>Chaque canal exige un format différent.</b> Le 9:16 coupe le produit, l'affiche a besoin de plus de ciel, et les formats marketplace n'ont jamais été rendus.                                                     |

## Vous ne choisissez pas une bande démo. Vous choisissez un process.

Les douze questions des deux pages suivantes testent le process. Chacune renvoie à l'un des échecs ci-dessus, et chacune a une réponse que vous pouvez vérifier avant que votre client ne voie une seule image.



Rendu de production Maverick Frame.

## LE TEST, PREMIÈRE PARTIE

## Questions 1 à 6 : capacité et produit

Envoyez-les telles quelles. Vous ne cherchez pas de l'enthousiasme ; vous cherchez des chiffres, des noms et des dates. Une réponse vague est aussi une réponse.

| POSEZ CETTE QUESTION                                                                                    | UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À                                                                                                                       | PARTEZ SI                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Si trois de nos campagnes tombent le même mois, qui travaille dessus ?</b>                        | Des équipes salariées du studio, en parallèle, et un chef de projet nommé pour votre agence.                                                        | Un freelance, « notre réseau », ou le silence.                              |
| <b>2. Une partie du travail part-elle chez une autre société, et quel nom figure sur les fichiers ?</b> | « Non », ou un oui honnête avec la raison. Marque blanche par défaut, votre NDA signé, aucun contact avec votre client.                             | Le logo du studio sur les fichiers, ou l'envie de présenter à votre client. |
| <b>3. Quand verrai-je le premier jet, et si la date de diffusion avance ?</b>                           | 3 à 5 jours ouvrés pour une image fixe à partir d'un brief complet, et un express chiffré : deux fois moins de temps pour environ 40 % de plus.     | « Dès que possible », ou un express sans prix.                              |
| <b>4. Pouvez-vous construire le produit avant que l'échantillon existe, et à partir de quoi ?</b>       | Oui, depuis la CAO, les plans de découpe ou des photos nettes, avec la liste de ce qui manque et une vérification à l'arrivée de l'échantillon.     | « Envoyez-nous d'abord le produit physique. »                               |
| <b>5. Comment vérifiez-vous le modèle par rapport au vrai produit ?</b>                                 | Une passe de précision : cotes issues de la CAO, étiquette depuis les fichiers d'impression, couleur calée sur un nuancier, et un aperçu à valider. | « Ce sera ressemblant. »                                                    |
| <b>6. De quoi auriez-vous besoin pour démarrer cette semaine ?</b>                                      | Une liste courte : le brief sous n'importe quelle forme, des références, les fichiers produit, les emplacements et la date de diffusion.            | Un questionnaire de trente pages avant tout devis.                          |

### Pourquoi la question 2 protège votre marge

La marque blanche n'est pas une politesse. Si le nom du studio figure sur les fichiers ou s'il rejoint les appels de votre client, la relation et le prix cessent d'être les vôtres. Un bon partenaire ne facture que votre agence : vous fixez le tarif client et votre marge reste privée.



Rendu de production Maverick Frame.

LE TEST, DEUXIÈME PARTIE

# Questions 7 à 12 : retours, qualité, formats

POSEZ CETTE QUESTION

UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À

PARTEZ SI

|                                                                                               |                                                                                                                                                          |                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 7. Combien de tours de correction sont inclus, et qu'est-ce qui compte comme un tour ?        | Un nombre fixe, en général deux au premier jet et un sur l'image finale, un tour étant une seule liste consolidée.                                       | « Corrections illimitées ». Autrement dit, personne ne les a chiffrées. |
| 8. Une fois la scène construite, combien coûte un nouveau coloris ou un nouvel angle ?        | Nettement moins que la première vue, puisque le modèle, les matières et l'éclairage existent déjà.                                                       | Chaque coloris facturé comme un nouveau rendu.                          |
| 9. Où utilisez-vous l'IA, et où une personne décide-t-elle ?                                  | Une réponse claire : l'IA là où elle fait gagner du temps, le produit lui-même modélisé et éclairé, et un directeur artistique qui vérifie chaque image. | Pas de réponse, ou un key visual généré de bout en bout.                |
| 10. Puis-je voir une image en cours de travail à côté de la version finale ?                  | Un rendu en gris, un fil de fer ou une passe d'éclairage d'un projet récent, partagé sous NDA.                                                           | Uniquement les images finies de la bande démo, rien entre les deux.     |
| 11. Quels formats allez-vous rendre, et quand les fixons-nous ?                               | Chaque emplacement du plan média listé dès le départ, avec les zones de sécurité 16:9, 9:16, 4:5 et 1:1 posées dans la scène.                            | Une image master et « vous pourrez recadrer vous-mêmes ».               |
| 12. Qui conserve les fichiers de scène, et peut-on en tirer un nouvel emplacement plus tard ? | Le studio archive les scènes de travail et en tire de nouvelles déclinaisons pour la vague suivante.                                                     | Seuls les JPEG finaux existent après la livraison.                      |

10 - 12

BONNES RÉPONSES : SIGNEZ, ET DEMANDEZ LA DATE DU PREMIER JET PAR ÉCRIT

7 - 9

DEMANDEZ UN RENDU TEST SUR UN BRIEF RÉEL AVANT LA CAMPAGNE

0 - 6

PARTEZ, MÊME SI LA BANDE DÉMO IMPRESSIONNE

## La question que les studios esquivent le plus souvent : la 9

Utiliser l'IA n'est pas le problème. La cacher l'est, car une étiquette illisible ou une proportion fausse est alors découverte par l'équipe de marque de votre client, pas par le studio. Demandez où une personne valide chaque image et écoutez à quel point la réponse est précise.



Rendu de production Maverick Frame.

ENVOYEZ-LE

# Un e-mail, trois studios, une journée

Pas besoin d'appel pour faire passer le test. Collez l'e-mail ci-dessous, joignez ce que vous avez déjà et envoyez-le en même temps aux trois studios de votre shortlist. Les réponses arrivent dans la journée ouvrée, et la différence se voit en général dès le deuxième paragraphe.

| L'E-MAIL À ENVOYER |         |                                                                                                                                                        |
|--------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01                 | Objet   | CGI pour une campagne [catégorie de produit] : devis et douze questions                                                                                |
| 02                 | Ligne 1 | Nous avons besoin de [nombre] images fixes et [nombre] films de [produit] pour [pitch / lancement / diffusion continue], première diffusion le [date]. |
| 03                 | Ligne 2 | Ci-joint : CAO ou plans de découpe, références de finition et plan média avec les emplacements.                                                        |
| 04                 | Ligne 3 | Le travail se fait en marque blanche, sous le nom de notre agence. Notre NDA est joint ; merci de répondre avec des chiffres et des noms.              |
| 05                 | Ligne 4 | Collez les questions 1 à 12 des pages 03 et 04.                                                                                                        |
| 06                 | Ligne 5 | Nous déciderons dans les [nombre] jours ouvrés suivant la réception des trois réponses.                                                                |

**Ce que les bonnes réponses ont en commun**

Elles sont courtes. Elles répondent en jours ouvrés et en dollars, nomment les personnes et vous posent en retour une ou deux questions sur les emplacements et la date de diffusion.

**Ce que nous répondrions**

Nos propres chiffres figurent à la page suivante, au même format, pour que vous puissiez nous noter avec le même test.



Rendu de production Maverick Frame.

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.

|                                    |                                                                                                                                 |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Le formulaire de contact</b>    | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a>                                                   |
| <b>Production CGI pour agences</b> | <a href="https://maverickframe.com/fr/solutions/agences-de-marketing/">maverickframe.com/fr/solutions/agences-de-marketing/</a> |
| <b>Ou tout simplement</b>          | 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.