



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Douze questions avant que les travaux ne figent le plan.

Posez-les avant de signer avec un studio de design ou de visualisation de magasin. Un studio digne de ce nom répond aux douze dans un seul e-mail. Le mauvais se tait quand vous demandez à quel fournisseur appartient le mobilier du plan.

POUR COMMENCER

Chaque échec était visible avant la signature

Les projets de magasin échouent rarement sur le portfolio. Tous les studios ont une boutique lumineuse et un comptoir en marbre. Ils échouent sur les cinq points ci-dessous, et chacun aurait pu être repéré dès le premier e-mail, si quelqu'un avait posé la question.

CE QUE L'APPEL COMMERCIAL PROMETTAIT

CE QUE VOUS DÉCOUVREZ APRÈS LA SIGNATURE

01	« Envoyez-nous le design, nous en ferons le rendu »	Vous avez un local vide et une charte de marque, pas un design. Personne dans l'équipe ne porte le concept du magasin, et les rendus attendent des décisions que personne ne prend.
02	« De belles images pour le business plan »	La banque demande comment le magasin va vendre et pourquoi le concept a sa place dans la rue. Les images montrent une ambiance, pas une affaire.
03	« Le fournisseur de mobilier nous a fait un plan gratuit »	Le plan est construit autour des rayonnages et du catalogue d'un seul fournisseur. Le parcours client, les cabines d'essayage et la marque passent après.
04	« Le centre commercial comprendra les plans »	Le bailleur, le responsable des preneurs du centre et l'agenceur lisent chacun un plan différent, et chacun y trouve un problème différent.
05	« Nous photographierons le magasin à l'ouverture »	La campagne d'ouverture, le teaser en vitrine et les publications sociales démarrent des semaines avant l'ouverture des portes. Il n'y a rien à photographier, et le lancement part avec des photos de banque d'images.

Vous ne choisissez pas un portfolio. Vous choisissez qui décide du magasin.

Les douze questions des deux pages suivantes testent exactement cela. Chacune correspond à l'un des échecs ci-dessus, et chacune a une réponse que vous pouvez vérifier.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un plan de magasin vu d'en haut et une boutique de mode.

LE TEST, PREMIÈRE PARTIE

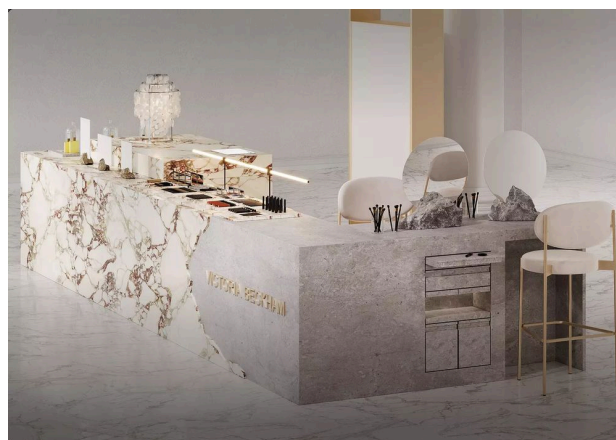
Questions 1 à 6 : design et implantation

Envoyez-les telles quelles. Vous ne cherchez pas de l'enthousiasme, mais des noms, des fichiers et des jours ouvrés. Une réponse vague est aussi une réponse.

DEMANDEZ CECI	UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À	PARTEZ SI
1. J'ai un local et une charte de marque, pas de design. Qui développe le concept du magasin ?	« Nous » : le concept, le plan d'implantation, les matériaux, le mobilier et un premier aperçu de la surface de vente, revus avec vous avant tout rendu final.	« Envoyez-nous les plans de votre architecte d'intérieur. »
2. Comment prévoyez-vous le parcours client, les zones et la caisse ?	Entrée, zones, cabines d'essayage, comptoir de caisse et réserve, traduits en un plan 3D que vous pouvez parcourir.	« Nous plaçons le mobilier là où il rend bien. »
3. À qui appartiennent le mobilier et les présentoirs du plan ?	Sans marque imposée par défaut, ou les éléments de l'agenceur ou du fabricant de présentoirs que vous avez choisi, d'après leurs fichiers CAD.	Un seul fournisseur, sans explication.
4. Pouvez-vous aussi concevoir la devanture, l'enseigne et les vitrines ?	La façade, l'enseigne, les vitrines et l'intérieur dans le même modèle, pas en missions séparées.	« L'extérieur, ce n'est pas notre affaire. »
5. De quoi aurez-vous besoin de mon architecte ou de mon agenceur, et que ne faites-vous pas ?	Un partage clair : nous concevons et visualisons ; votre architecte ou votre agenceur établit les plans d'exécution et le dossier d'autorisation.	« Nous faisons tout », y compris les plans signés.
6. Combien de tours de conception avant les rendus finaux ?	Un chiffre, ce qui compte comme un tour, et à partir de quand les modifications sont facturées en plus.	« Illimité », ou aucun chiffre.

Les questions 1 et 3 décident de la plupart des projets

Si personne ne porte le concept, chaque rendu attend une décision. Si le plan appartient à un fournisseur, vous achetez ses rayonnages avant de les avoir choisis. Obtenez les deux réponses par écrit.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : une devanture et un comptoir de cosmétiques.

LE TEST, DEUXIÈME PARTIE

Questions 7 à 12 : budget, lancement, équipe

DEMANDEZ CECI

UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À

PARTEZ SI

7. Quelles vues vont dans le business plan et la présentation aux investisseurs ?

La devanture, la surface de vente et le présentoir phare : les vues qui rendent le projet crédible pour une banque ou un franchiseur.

« Ce qui rend le mieux. »

8. Que reçoivent le bailleur, le centre commercial et l'agenceur ?

Des vues de la devanture, de l'enseigne et de l'implantation issues du même modèle, conformes au cahier des charges preneur du centre, avec des cotes que l'agenceur peut chiffrer.

De jolies images sans plan derrière.

9. Pouvons-nous lancer le marketing avant que le magasin soit construit ?

Des publications pour les réseaux sociaux, des créations publicitaires, un teaser en vitrine et une courte vidéo promo, tirés du modèle de design.

« Attendez la séance photo. »

10. Quand verrai-je le premier plan et le premier rendu, à compter d'un brief complet ?

Un nombre de jours ouvrés pour chacun, et ce que « complet » veut dire.

« Dès que possible », ou aucun chiffre.

11. Que se passe-t-il si le design change après validation ?

Le modèle est mis à jour, pas reconstruit, et vous connaissez le prix d'une modification avant qu'elle soit faite.

« Nous recommençons la scène. »

12. Qui travaillera exactement sur mon magasin, et une partie est-elle sous-traitée ?

Des rôles nommés dans l'équipe du studio, ou un « oui, l'animation » honnête, avec la raison.

« Notre réseau », une hésitation, ou le silence.

10 - 12

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

7 - 9

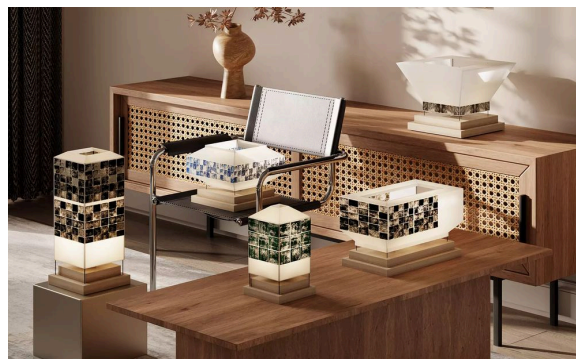
DEMANDEZ UNE VUE CONCEPT PAYANTE AVANT D'ENGAGER LA SÉRIE COMPLÈTE

0 - 6

PARTEZ, AUSSI SOLIDE QUE PARAÎSSE LE PORTFOLIO

La question que les studios esquivent le plus souvent est la 12

Sous-traiter est courant et pas toujours mauvais. Le cacher, voilà le problème : personne ne peut corriger une devanture refusée par votre bailleur avec une équipe à laquelle vous n'avez pas le droit de parler. Posez-la sans détour et notez le temps que met la réponse.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un îlot de présentation de pop-up et un showroom de luminaires.

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 liste restreinte. Les réponses arrivent en un jour ouvré, et la différence entre elles saute généralement aux yeux dès le deuxième paragraphe.

L'E-MAIL À ENVOYER

01	Objet	Design et visualisation de magasin pour [nom ou adresse du magasin], devis et douze questions
02	Ligne 1	Nous ouvrons [une boutique / un flagship / un showroom / un pop-up store] d'environ [surface] à [ville ou centre commercial] et avons besoin [d'un concept et d'un plan / de rendus / d'un kit de lancement] avant le [date].
03	Ligne 2	En pièce jointe : le plan du local, des photos de l'espace, notre charte de marque, le cahier des charges preneur du centre le cas échéant et des magasins qui nous plaisent.
04	Ligne 3	Merci de répondre aux douze questions ci-dessous avec des noms et des jours ouvrés, pas des fourchettes.
05	Ligne 4	Collez les questions 1 à 12 des pages 03 et 04.
06	Ligne 5	Nous déciderons dans la semaine qui suit la réception des trois réponses.

Ce que les bonnes réponses ont en commun

Elles sont courtes. Elles répondent en jours ouvrés, disent qui conçoit le concept, et vous posent en retour une ou deux questions sur votre clientèle, votre budget et votre date d'ouverture.

Ce que nous répondrions

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



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un magasin de mode et le stand d'une marque.



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 le local et votre marque

Un plan du local, des photos de l'espace vide, votre charte de marque ou simplement quelques lignes sur le magasin que vous voulez ouvrir, dans l'état où ils sont. Nous vous répondons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit et sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/

Design de magasin et visualisation 3Dmaverickframe.com/fr/solutions/design-magasin/

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.