



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Nommer un style ne commande rien

Ce qu'un mot comme brutalisme transmet réellement, les sept variables qui pilotent l'image, et un brief de style à remplir en une page.

LE TEST

Le même mot, trois bâtiments différents

Écrivez « brutalisme » à trois personnes compétentes et demandez-leur une image. La première pensera béton brut de décoffrage et masse sculptée. La deuxième pensera aux grands ensembles des années soixante-dix. La troisième pensera au néo-brutalisme des dix dernières années, béton lisse et menuiseries fines. Les trois ont raison, et aucune des trois ne fait votre projet.

Ce n'est pas un problème de culture architecturale. C'est que le nom d'un style désigne un système de règles — des proportions, une façon de faire travailler la structure, un détail qui se répète — et qu'un système de règles ne se transmet pas par son étiquette.

VOUS ÉCRIVEZ	CE QUE LE STUDIO PEUT EN FAIRE	CE QU'IL FALLAIT ÉCRIRE
« Brutaliste »	Rien de précis. Une famille d'images très large, qui couvre un demi-siècle.	La finition du béton, le format du coffrage, le dessin des joints.
« Épuré »	Un mot qui dit ce que vous ne voulez pas, pas ce que vous voulez.	Le nombre de matériaux en façade, et le traitement des arêtes.
« Massif »	Une intention, sans grandeur associée.	Le rapport plein/vide, et la profondeur des tableaux en centimètres.
« Chaleureux »	Une ambiance lumineuse, qui relève du rendu et non du style.	La saison, l'heure, et les matériaux qui portent cette chaleur.

La colonne de droite est courte, chiffrée et vérifiable. C'est tout ce qu'on vous demande : pas un cahier des charges, une poignée de grandeurs.

CE QUI PILOTE RÉELLEMENT

Sept variables, et rien d'autre

Un modeleur ne peut agir que sur des grandeurs. Voici celles qui décident si l'image ressemble à ce que vous avez en tête, dans l'ordre où elles se lisent.

01 La proportion d'ensemble

Rapport largeur/hauteur de la façade, rapport plein/vidé. Se lit de loin, avant toute matière. Donnez-le sous forme de fraction approximative : deux tiers de plein pour un tiers de vitrage, par exemple.

02 Le rythme et la profondeur des percements

Trame constante ou libre, baies verticales ou horizontales, alignées ou décalées d'un niveau à l'autre. Et surtout la profondeur du tableau : une baie au nu extérieur et une baie enfoncée de quarante centimètres ne produisent pas le même bâtiment, ni la même ombre.

03 La hauteur sous plafond et l'épaisseur de plancher

Deux chiffres, en mètres, pour le rez-de-chaussée et pour l'étage courant. C'est la variable que les briefs oublient le plus souvent et celle qui déplace le plus la perception : vingt centimètres suffisent à faire passer un bâtiment de généreux à étriqué.

04 La matière et son état de surface

Pas « béton » : béton banché avec quel calepinage de banches, quels trous de banche, quel bullage assumé, quelles reprises de bétonnage. Un béton matricé bois et un béton lisse gris clair n'ont rien en commun à l'image.

05 L'expression de la structure

La structure est-elle montrée, suggérée ou masquée ? Poteaux en façade, nez de dalle apparents, remplissage en retrait du nu structurel. C'est ce qui distingue deux styles qui se ressemblent en photographie.

06 Le détail diagnostique

Un seul détail, celui qui fait tout tenir : un larmier, un joint creux, la section d'un dormant, l'épaisseur d'un appui. Envoyez-en un, en photo ou en coupe. C'est la ligne la plus rentable de tout le brief.

07 La lumière que ce style suppose

Certains styles ne tiennent qu'à une lumière rasante qui révèle le relief ; d'autres s'effondrent sous un ciel couvert. Saison, heure approximative, ciel clair ou voilé. Trois mots.

LES PIÈGES

Les quatre façons de rater un brief de style

Trente références, aucune annotée

Un dossier de trente images n'est pas un brief plus riche : c'est une moyenne, et la moyenne de trente références ne ressemble à aucune d'elles. Trois ou quatre images suffisent, à condition d'écrire sous chacune ce qui vous intéresse **et ce qui ne vous intéresse pas**.

Des adjectifs à la place de grandeurs

« Élégant », « sobre », « haut de gamme » décrivent votre satisfaction future, pas le bâtiment. Aucun de ces mots ne se traduit en géométrie. Remplacez chacun par un chiffre ou par un nom de matériau et le brief devient exécutable.

Un style nommé, un projet qui dit autre chose

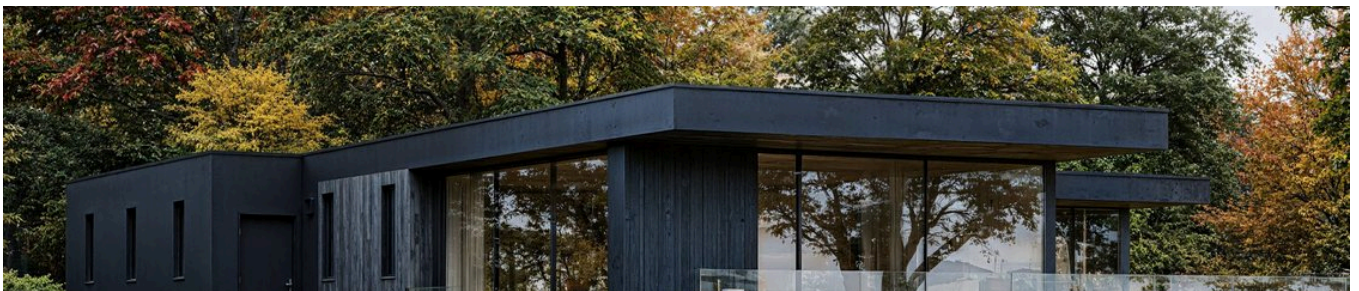
Si les plans montrent des baies filantes et que le brief annonce un style massif, quelqu'un devra trancher, et ce sera le modelleur, seul, un vendredi. Vérifiez que le mot choisi décrit bien le projet dessiné, et non le projet que vous auriez aimé dessiner.

Le style décrit, le contexte oublié

En France, la plupart des opérations s'insèrent dans un tissu existant : alignement sur rue, hauteur de l'égout du voisin, nuancier local. Un style parfaitement briefé dans un contexte inventé donne une image qu'un jury ou une commission ne reconnaîtra pas.

La règle qui résume les quatre

Un brief de style utile tient en une page et ne contient que des choses qu'on peut vérifier sur l'image finie. Si une ligne de votre brief ne peut pas être contrôlée en regardant le rendu, elle ne sert qu'à vous rassurer, et elle prend la place d'une ligne qui aurait servi.



Rendu de production Maverick Frame.

À REMPLIR

Le brief de style, une page

Valable pour du neuf, pour une réhabilitation et pour une insertion en site contraint. Remplissez-le à la main, photographiez-le, joignez-le au mail.

OPÉRATION	_____
RÉFÉRENCE 1	_____
ce qui m intéresse	_____
ce qui ne m intéresse pas	_____
RÉFÉRENCE 2	_____
ce qui m intéresse	_____
PROPORTION	plein / vide ____ : ____
PERCEMENTS	trame constante / libre
	format vertical / horizontal / carré
	profondeur de tableau _____ cm
HAUTEURS	RDC _____ m étage courant _____ m
	épaisseur de plancher visible _____ cm
MATIÈRE	finition _____
	calepinage / format _____
	joints, reprises _____
STRUCTURE	montrée / suggérée / masquée
DÉTAIL DIAGNOSTIQUE	_____
	(photo ou coupe jointe : oui / non)
LUMIÈRE	saison _____ heure _____ ciel _____
CONTEXTE	alignement imposé _____
	hauteurs voisines _____
	nuancier ou palette locale _____

Une page. Si vous êtes tenté d'en écrire dix, souvenez-vous que le studio devra hiérarchiser vous-même ce que vous n'avez pas hiérarchisé, et qu'il le fera sans vous.

TRAVAILLER AVEC UN STUDIO

Le coût, et comment rédiger le brief

Les deux questions qu'on nous pose avant toutes les autres. Les deux réponses sont courtes.

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 à 8 vues	\$600 – 1 500	\$1 500 – 4 000
Animation, à la minute	\$1 000 – 3 000	\$3 000 – 8 000

Fourchettes de marché que nous acceptons de publier, en dollars. Les délais et le nombre de tours de correction n'y figurent pas volontairement : les nôtres varient trop selon le type de projet pour servir de référence, et un chiffre inventé ici serait pire que pas de chiffre.

Comment briefer : plus court vaut mieux

C'est l'inverse de ce que presque tout le monde suppose. Quatre choses :

- Ce qu'il vous faut — **combien d'images, et de quoi**
- Les plans et façades, tels quels
- Quelques références d'ambiance et de lumière
- Une ligne claire sur ce à *quoi servent* les images

Transformer une petite commande en cahier des charges de cinquante pages se retourne contre vous : pris au pied de la lettre, le résultat est laid et l'équipe est induite en erreur. Donnez l'intention et laissez le détail à ceux qui font ça tous les jours.

L'erreur qui coûte le plus cher

L'échec le plus fréquent n'est pas de choisir le mauvais prestataire. C'est le **calendrier**. On ne cherche qu'une fois le premier prestataire défaillant et l'échéance sur le feu, et on choisit alors dans l'urgence.

Évaluez et briefez des partenaires **avant** d'en avoir besoin. Un, idéalement plusieurs, prêts à prendre le travail. Cela coûte un après-midi maintenant et sauve un projet plus tard.

10+

ANS DE RENDU ET DE
NARRATION VISUELLE

350+

MARQUES ET AGENCES
ACCOMPAGNÉES DANS LE
MONDE

95%

TAUX DE SATISFACTION
CLIENT

40%+

DE NOS COMMANDES
INCLUENT
DÉSORMAIS MOUVEMENT
OU 360

Quand l'image doit **tenir**, parlez-nous

Nous sommes un studio CGI : rendu architectural et produit, modélisation 3D, animation, visites 360 et VR. Dix ans, plus de 350 marques et agences, et le genre de travail qui reste juste quand quelqu'un compte les fenêtres.

Envoyez-nous les plans et une ligne sur l'usage des images. Vous recevrez un périmètre et un prix, sans obligation d'utiliser l'un ou l'autre.

COMMENCEZ ICI

maverickframe.com/contacts

VOIR LES TRAVAUX

maverickframe.com/gallery

ÉCRIT PAR

Dim Kuzmenko

Cofondateur



Rendu de production Maverick Frame. · Les fourchettes sont des valeurs de marché 2026 et ne constituent pas un devis.