



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

9 erreurs de perspective qui plombent en silence vos ventes en VEFA.

Neuf détails qui font paraître un logement plus petit, plus sombre ou moins honnête qu'il ne l'est, ce que chacun vous coûte en acquéreurs et ce qu'il faut demander au studio.

POUR COMMENCER

L'acquéreur décide vite. L'image a décidé avant.

Un acquéreur en VEFA n'a aucun appartement à visiter. Il fait défiler un portail immobilier ou une plaquette, regarde une perspective quelques secondes et décide si le logement est lumineux, généreux et digne de son prix. Puis il prend rendez-vous au bureau de vente, ou pas.

La plupart des perspectives qui échouent ne sont pas laides. Elles sont techniquement correctes et commercialement fausses : le soleil est du mauvais côté, l'objectif étire la pièce, la vue depuis le balcon est inventée. Chacune sème un petit doute, et l'équipe commerciale passe l'année suivante à le dissiper, en rendez-vous, au téléphone et à la signature du contrat de réservation.

Les erreurs de ce guide sont celles qu'un acquéreur ressent sans savoir les nommer. Une fois qu'on les connaît, pas besoin d'un œil exercé pour les repérer, et chacune se corrige dans le brief, avant que le studio n'ouvre la scène.

	CE QUE MONTRE LA PERSPECTIVE	CE QU'EN CONCLUT L'ACQUÉREUR
01	Un balcon en plein soleil de midi sur une façade nord	Le logement est lumineux toute la journée. La visite du chantier prouve le contraire, et l'acquéreur se demande ce qui a encore été embelli.
02	Un séjour cadré au très grand angle	La pièce est immense. L'appartement témoin paraît ensuite petit, et le prix soudain élevé.
03	L'immeuble sur fond blanc ou flouté	Personne ne veut montrer ce qu'il y a à côté : ce doit être un parking, une voie ferrée ou pire.
04	Une piscine sur le toit vue uniquement par drone	Un rectangle bleu. Difficile de s'y projeter, et facile de l'oublier dans ce que vaut le prix.
05	Des pièces vides et éteintes au crépuscule	Personne n'habite ici, et personne n'est pressé d'être le premier.

L'acquéreur ne compare pas votre perspective à d'autres perspectives.

Il la compare au jour de la remise des clés. Chaque image qui promet plus que ce que l'immeuble livrera est un emprunt sur ce jour-là, remboursé en visites difficiles, en renégociations et en avis. Une perspective un peu moins spectaculaire et entièrement vraie vend plus longtemps.



Rendu de production Maverick Frame.

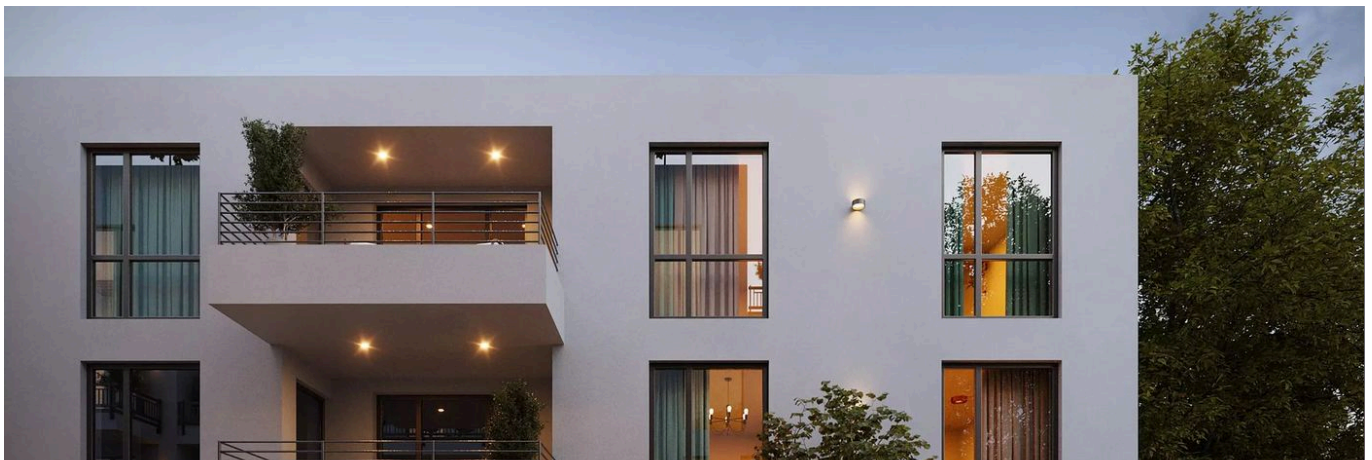
ERREURS 1 À 5

Lumière, objectif et ce qu'on ne voit pas

L'ERREUR	CE QU'ELLE VOUS COÛTE	LA CORRECTION
1. Le soleil du mauvais côté	Les acquéreurs vérifient l'orientation sur le plan. Une vue ensoleillée d'un bâtiment orienté nord passe pour une ruse dès qu'ils s'en aperçoivent. La plupart le font avant de prendre rendez-vous.	Demandez au studio de placer le soleil selon l'orientation et la latitude réelles du terrain, et d'indiquer l'heure représentée.
2. Un objectif qui étire les pièces	Un très grand angle double la taille apparente d'une chambre. L'appartement témoin ou la livraison déçoivent ensuite. Certains acquéreurs gardent la plaquette et comparent.	Demandez une focale modérée à hauteur d'œil, et la surface réelle de la pièce en légende.
3. Des pièces vides ou à moitié meublées	Une pièce nue paraît plus petite et plus froide, et personne ne sait si un lit double ou une table à manger y tient.	Demandez un mobilier aux dimensions réelles, disposé comme un acquéreur vivrait vraiment. Deux ou trois pièces meublées suffisent.
4. Une vue qui n'existe pas	Les étages élevés se vendent sur la vue. Une ligne d'horizon générique ou un ciel peint fait passer la prime pour une invention.	Demandez la vue à partir de photos de drone prises à hauteur d'étage, ou d'une maquette fidèle des environs. Étages hauts et bas ont chacun leur cadrage.
5. Des équipements vus seulement du ciel	Les résidents paient des charges pour la piscine, la salle de sport et le jardin. Une vue de drone montre une forme, pas une raison de les payer.	Demandez au moins une vue à hauteur d'œil de chaque équipement, avec des personnes qui l'utilisent à une heure crédible.

Bien faire ne coûte pas plus cher

Le bon soleil, le bon objectif et le bon mobilier prennent autant d'heures que les mauvais. Il faut seulement qu'ils figurent dans le brief avant le premier jet, pas dans les remarques après. Envoyez le plan de masse avec le nord indiqué, les plans des logements et le mobilier de l'appartement témoin : l'essentiel de cette page est réglé avant que quiconque ouvre la scène.



Rendu de production Maverick Frame.

ERREURS 6 À 9

Le quartier, les gens et la notice descriptive

L'ERREUR	CE QU'ELLE VOUS COÛTE	LA CORRECTION
6. Des plantations à vingt ans de pousse	Les acquéreurs découvrent des baliveaux et des massifs nus. Le paysage qu'ils ont payé a l'air inachevé pendant des années, et appelle la comparaison avec la palissade de chantier.	Demandez les plantations à leur taille à la livraison, ou une légende claire indiquant qu'elles sont montrées adultes.
7. Un immeuble sans voisins	Transports, parcs et écoles justifient le prix. Sans eux, l'acquéreur comble le vide avec la pire hypothèse.	Demandez la vraie rue, les immeubles voisins et un repère qu'un acquéreur local reconnaîtrait. Au-delà, un environnement générique convient.
8. Des personnages qui ont l'air collés	Détourages de banque d'images, mauvaise saison et regards fixes font paraître toute l'image fausse, pas seulement les silhouettes. L'acquéreur cesse aussi de croire à l'immeuble.	Demandez quelques personnes, éclairées et à l'échelle de la scène, habillées pour la saison et occupées à quelque chose d'ordinaire.
9. Des finitions absentes de la notice	Un plan de travail en pierre sur l'image et du stratifié dans l'appartement font d'un outil de vente une réclamation, voire pire. Les commerciaux finissent par s'excuser pour la plaquette.	Demandez au studio d'aligner chaque finition visible sur votre notice descriptive, et de signaler tout ce qui est indicatif.

Notez votre série actuelle : un point par erreur visible sur au moins une image. Une seule vue peut coûter plusieurs points, et une série de vingt images obtient rarement zéro. Le but n'est pas un score parfait, mais aucune surprise le jour où l'acquéreur entre chez lui.

0 - 1

PRÊT À PUBLIER

2 - 3

À CORRIGER AVANT LE LANCEMENT

4+

SÉRIE À REBRIEFER

Par où commencer si le score est élevé

Corrigez d'abord 1, 4 et 9. Orientation, vues et finitions sont les trois points qu'un acquéreur peut vérifier sur le plan, sur le terrain et dans le contrat : ce sont eux qui finissent en renégociations. Les autres vous coûtent de l'intérêt ; ceux-là vous coûtent la confiance.



Rendu de production Maverick Frame.

LA PAGE UNIQUE

Vérifiez toute série en cinq minutes

Confrontez cette liste à vos perspectives actuelles, à l'annonce d'un concurrent sur le même portail ou au portfolio d'un studio avant de le missionner, le nôtre compris. Chaque ligne reprend une erreur des pages précédentes, dans le même ordre.

La grille des perspectives

- ☐ Le soleil vient du côté vers lequel l'immeuble est réellement orienté.
- ☐ Les pièces sont cadrées à hauteur d'œil, avec une focale qui garde leurs vraies proportions.
- ☐ Chaque pièce est meublée aux dimensions réelles, comme un acquéreur y vivrait.
- ☐ Les vues depuis fenêtres et balcons sont les vraies vues de cet étage.
- ☐ Chaque équipement a au moins une image à hauteur d'œil, avec des gens qui l'utilisent.
- ☐ Les plantations sont montrées à leur taille à la livraison, ou légendées comme adultes.
- ☐ La vraie rue, les voisins et un repère local sont dans le cadre.
- ☐ Les personnages sont peu nombreux, naturels, de saison et éclairés comme la scène.
- ☐ Chaque finition visible correspond à la notice descriptive.

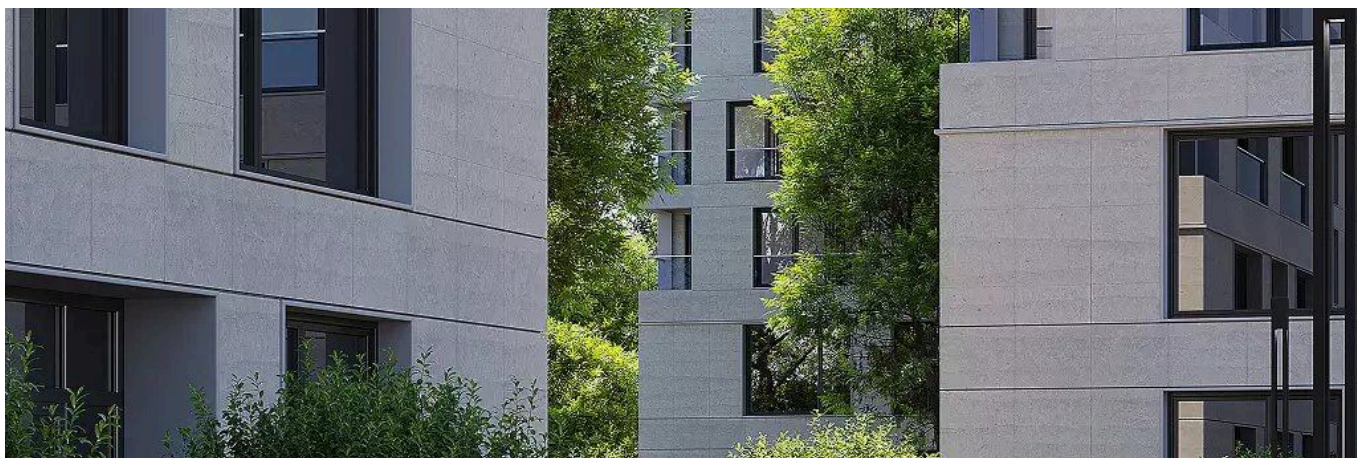
Faites-le sur les cinq images qui vendent le plus : la perspective extérieure principale, le séjour, la plus belle vue, l'équipement phare et l'arrivée depuis la rue. Si ces cinq-là passent, le reste de la série suit en général. Sinon, corrigez-les avant de payer d'autres vues.

Trois cases cochées ou plus

Ne corrigez pas les images une par une. Rebriefez la série en joignant l'orientation, les plans des logements, la notice descriptive et des photos du terrain, pour que chaque vue soit corrigée à la source.

Vérifiez-nous de la même façon

Nos propres tarifs et conditions figurent à la page suivante : vous pouvez nous passer à la même grille avant de nous envoyer quoi que ce soit.



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.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
---------------------------------	---

Promotion immobilière	maverickframe.com/fr/solutions/promoteurs-immobiliers/
------------------------------	---

Ou par e-mail	sale@maverickframe.com
----------------------	--

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.