



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Otto decisioni da prendere prima che esista un **brief**

Le scelte che vanno fatte a monte del capitolato: a cosa servono le immagini, chi approva, fermo o movimento, contesto, esattezza, formati, diritti e proprietà del modello.

PUNTO DI PARTENZA

Il brief corto funziona solo se la testa è a posto

Il brief deve essere breve: cosa le serve, le piante, qualche riferimento, una riga sullo scopo. Ma un brief breve funziona a una condizione, e cioè che le decisioni che stanno dietro quelle quattro voci siano già prese. Se non lo sono, la brevità non è chiarezza: è rinvio.

Queste otto decisioni non appartengono allo studio di rendering. Appartengono a lei, e quasi tutte richiedono di parlare con qualcun altro della sua organizzazione. È per questo che vanno prese prima, non durante.

Se le prende ora

Il preventivo che riceve è confrontabile con gli altri, perché tutti stanno quotando lo stesso lavoro. La produzione parte e non si ferma.

Se le rinvia

Emergono a metà lavoro, sotto forma di richieste che sembrano piccole e non lo sono: un'altra stagione, un altro formato, un'altra persona che deve dire la sua.

La differenza

Non è il prezzo iniziale. È la quantità di lavoro rifatto, che nessun preventivo mostra e che paga sempre il committente.

Nessuna di queste otto domande riguarda la tecnica. Non le serve sapere nulla di 3D per rispondere: sono domande sul suo progetto e sulla sua organizzazione. Ed è esattamente per questo che uno studio non può risponderle al posto suo.

DECISIONI 01 – 04

Scopo, firme, movimento, contesto

01 A che cosa servono queste immagini, una per una

Vendere un appartamento sulla carta, convincere un consiglio comunale, fare una copertina di rivista e illustrare un capitolato sono quattro prodotti diversi. Non chieda "sei render": scriva accanto a ciascuna vista chi la guarderà e che cosa deve fare dopo averla guardata. Se due viste hanno lo stesso scopo, probabilmente una è di troppo.

02 Chi approva, e chi ha diritto di veto

Faccia i nomi. Il progettista, il committente, il direttore marketing, il socio che compare alla terza settimana. Ogni firma in più allunga il ciclo, e una firma che compare tardi può annullare il lavoro di tutte le altre. Stabilisca anche chi decide in caso di disaccordo: quella riga vale più di tutto il resto della pagina.

03 Fermo o movimento — e lo decida adesso

Un'animazione, un tour 360 o una sequenza per i social non sono un'estensione di un pacchetto di still: cambiano il modo in cui la scena viene costruita fin dal primo giorno. Passare al movimento a metà lavoro significa quasi sempre rifare il modello, perché quello che regge in un'inquadratura fissa non regge quando la camera si muove.

04 Quanto contesto reale deve esserci

Tre livelli, e costano in modo molto diverso: solo il lotto; il lotto con gli edifici immediatamente confinanti; l'isolato o il tratto di strada. Se pensa a un fotoinserimento, il contesto non si modella affatto ma si fotografa, e allora serve qualcuno sul posto, con una specifica scritta. Decida ora, perché è la voce che sposta di più il preventivo.

Se rispondendo alla seconda si accorge di non sapere chi approva, si fermi qui. È la causa più comune di lavorazioni che si allungano, e l'unica che si risolve interamente con una mail interna prima di contattare qualsiasi fornitore.

DECISIONI 05 – 08

Esattezza, formati, diritti, proprietà

05 Che cosa deve essere esatto, e che cosa può essere interpretato

In ogni immagine ci sono elementi verificabili e elementi di atmosfera. Il numero delle finestre, la sezione dei serramenti, il colore di un materiale a capitolato, l'orientamento rispetto al nord: questi qualcuno li conterà. Le persone, le auto, il mobilio, il cielo: questi no. Dica quali voci stanno nella prima colonna, perché su quelle lo studio deve chiedere conferma invece di decidere da solo.

06 Dove finiranno, e in che formato

Un banner di cantiere, una pagina di brochure, una scheda immobiliare, un post verticale. Le proporzioni sono diverse e un'immagine composta per l'orizzontale non si ritaglia in verticale senza perdere metà del progetto. Elenchi i formati prima, così l'inquadratura viene costruita per reggerli tutti. Le misure esatte e le specifiche correnti le verifichi direttamente presso la piattaforma o lo stampatore: cambiano, e un numero copiato da una guida vecchia è peggio di nessun numero.

07 Chi può usare le immagini, dove e per quanto

Il committente, l'agenzia che commercializza, il costruttore, i fornitori che vorranno metterle nel proprio portfolio, la stampa. Metta per iscritto chi è coperto dalla licenza e per quanto tempo. È una conversazione di cinque minuti prima dell'incarico e una vertenza dopo.

08 Di chi è il modello, e che cosa succede fra due anni

Le immagini sono un esito, il modello è un bene. Se il progetto avrà un secondo lotto, una variante di facciata o una campagna successiva, il modello è la cosa che rende quel lavoro una frazione del primo. Tre opzioni oneste: lo studio lo tiene; lei lo acquista; lo studio lo custodisce e lei ha per iscritto il diritto di richiederlo, con una tariffa già indicata per i lavori futuri.

Gli strumenti che promettono un render finito direttamente dai disegni leggono male gli elaborati esecutivi. L'AI è un assistente davvero utile, e non ha nulla a che vedere con la versione populista del marketing: il modello non lo costruisce.

DIM KUZMENKO, CO-FOUNDER, MAVERICK FRAME STUDIO

Che è il motivo pratico per cui l'ottava decisione conta: il modello resta la parte che non si rigenera a costo zero, ed è quindi la parte che vale la pena chiarire a chi appartiene.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL FOGLIO DECISIONI

Otto righe, e poi può briefare

Lo compili prima di scrivere a chiunque. Se una riga resta vuota, quella è la conversazione interna che le manca, non un dettaglio da definire strada facendo.

01 SCOPO DI CIASCUNA IMMAGINE, E CHI LA GUARDA

02 CHI APPROVA — NOMI — E CHI DECIDE IN CASO DI DISACCORDO

03 FERMO, MOVIMENTO, 360: COSA SERVE, E QUANDO

04 CONTESTO: SOLO LOTTO / CONFINANTI / ISOLATO / FOTOINSERIMENTO

05 CHE COSA DEVE ESSERE ESATTO (ELENCO BREVE)

06 FORMATI E SUPPORTI DI DESTINAZIONE

07 CHI È COPERTO DALLA LICENZA, DOVE, PER QUANTO

08 PROPRIETÀ DEL MODELLO, E TARIFFA PER LAVORI FUTURI

Il momento giusto per compilarlo

Quando il progetto è definito ma la data di lancio non è ancora fissata. Chi arriva a cercare un fornitore con la scadenza già sopra la testa non sceglie: prende quello disponibile. Valutare due o tre studi prima di averne bisogno costa un pomeriggio e non si nota mai, finché non serve.

Che cosa consegnare insieme al foglio

Piante, prospetti e sezioni così come sono, senza ripulirli. Tre o quattro riferimenti annotati. Una riga sullo scopo. Nient'altro: con il foglio compilato, questo è già un brief completo, e più corto di quello che avrebbe scritto senza.

LAVORARE CON UNO STUDIO

Quanto costa, e come scrivere il brief

Le due domande che ci vengono fatte prima di ogni altra. Entrambe le risposte sono brevi.

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

Intervalli di mercato che siamo disposti a pubblicare, in dollari. Tempi di consegna e numero di round di revisione non compaiono deliberatamente: i nostri variano troppo per tipo di progetto per essere dati come riferimento, e un numero inventato qui sarebbe peggio di nessun numero.

Come scrivere il brief: più corto è meglio

È il contrario di quello che quasi tutti immaginano. Quattro cose:

- Cosa serve — **quante immagini, e di cosa**
- Le piante e i prospetti, così come sono
- Qualche immagine di riferimento per atmosfera e luce
- Una riga chiara su *a cosa servono* le immagini

Gonfiare un lavoro piccolo in un capitolato di cinquanta pagine è controproducente: preso alla lettera produce un risultato brutto e disorienta chi esegue. Dichiarare l'intenzione e lasciare il dettaglio a chi lo fa ogni giorno.

L'errore che costa di più

L'errore più frequente non è scegliere il fornitore sbagliato. È il **tempismo**. Si cerca solo dopo che il primo fornitore ha già fallito e la scadenza incombe, e a quel punto si sceglie nel panico.

Valuti e ingaggi partner di rendering **prima** di averne bisogno. Uno, meglio più d'uno, briefati e pronti. Costa un pomeriggio adesso e salva un progetto dopo.

10+

ANNI DI RENDERING E
NARRAZIONE VISIVA

350+

MARCHI E AGENZIE
SERVITI NEL MONDO

95%

TASSO DI SODDISFAZIONE
DEI CLIENTI

40%+

DELLE COMMESSE INCLUDE
GIÀ MOVIMENTO O 360

Quando l'immagine deve reggere, parli con noi

Siamo uno studio CGI: rendering architettonico e di prodotto, modellazione 3D, animazione, tour 360 e VR. Dieci anni, oltre 350 marchi e agenzie, e il tipo di lavoro che resta corretto anche quando qualcuno conta le finestre.

Ci mandi le piante e una riga su a cosa servono le immagini. Riceverà perimetro e prezzo, senza obbligo di usare né l'uno né l'altro.

INIZI DA QUI

maverickframe.com/contacts

GUARDI I LAVORI

maverickframe.com/gallery

SCRITTO DA

Dim Kuzmenko

Co-fondatore



Rendering di produzione Maverick Frame. · Gli intervalli sono valori di mercato 2026 e non costituiscono un preventivo.