



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

D'un local vide au jour de l'ouverture, un seul modèle, jusqu'au bout.

Ce qu'il faut concevoir et rendre à chaque étape d'un nouveau magasin, qui cela doit convaincre, et ce que le modèle 3D transmet à l'étape suivante, pour ne jamais payer deux fois le même magasin.

POUR COMMENCER

Pourquoi les nouveaux magasins paient deux fois leurs visuels

La plupart des nouveaux magasins achètent leurs images au coup par coup : une planche d'ambiance pour le business plan, un plan du fournisseur de mobilier, quelques rendus pour le bailleur et des photos de banque d'images pour les publications d'ouverture. Chaque pièce est faite par quelqu'un d'autre, à partir d'une version différente du magasin.

Résultat : un magasin qui change de visage dans chaque document. La banque voit une surface de vente, le centre commercial une autre, et les premiers clients entrent dans une troisième. Chaque nouvelle pièce repart de zéro, si bien que le même magasin est modélisé et payé encore et encore.

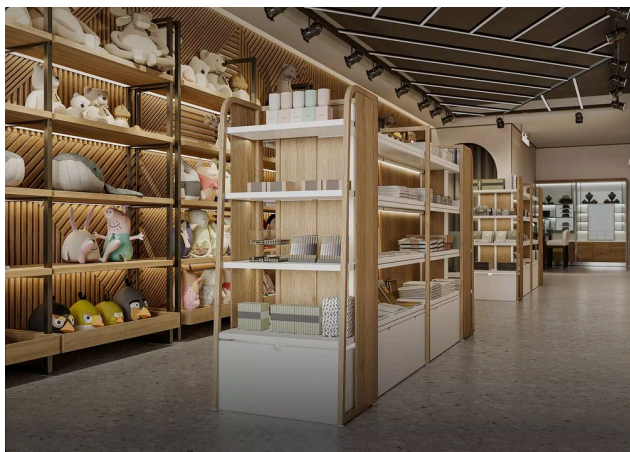
ACHETÉ AU COUP PAR COUP

CONSTRUIT EN UN SEUL MODÈLE

01	Une planche d'ambiance que personne ne peut chiffrer	Un plan 3D avec le mobilier, les présentoirs et les matériaux dès la première semaine
02	Des images de business plan qui montrent une ambiance	Des vues de la devanture, de la surface de vente et du présentoir phare qui montrent l'affaire
03	Le plan du fournisseur, construit autour de ses rayonnages	Un plan sans marque imposée, avec le mobilier de votre choix ajouté ensuite
04	Des photos de banque d'images pour la campagne d'ouverture	Des publications et une vidéo promo de votre propre magasin, avant qu'il existe

Le modèle 3D est l'actif. Les images en sont le produit.

Une fois le magasin conçu et modélisé, chaque nouvelle étape ne demande que de nouvelles vues, pas un nouveau magasin. C'est pourquoi la première étape est la plus chère, et chaque étape suivante coûte moins.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un magasin de jouets et de livres et une boutique en maquette blanche.

LA FEUILLE DE ROUTE

Quoi concevoir à chaque étape, et qui convaincre

Les cinq étapes ci-dessous sont celles de notre page de design de magasin. Pour chacune : ce qui est conçu et rendu, qui doit dire oui, et ce que l'étape suivante reprend au lieu de le refaire.

ÉTAPE	CONCEVOIR ET RENDRE	QUI DIT OUI	CE QUI EST REPRIS
Concept	Le concept du magasin, le plan, le mobilier, les matériaux et un premier aperçu de la surface de vente	Vous et vos associés	Le modèle 3D et le plan
Financement	Vues de la devanture, de la surface de vente et du présentoir phare pour le business plan et la présentation	Banque, investisseurs, franchiseur	Les matériaux validés et les vues
Validation	Vues de la devanture, de l'enseigne et de l'intérieur conformes au cahier des charges du centre ou du bailleur	Bailleur, centre commercial, mairie (enseigne)	Une devanture que tout le monde a validée
Agencement	Vues du mobilier, du comptoir et des présentoirs avec cotes pour chiffrer les travaux d'agencement	Agenceur, fabricants de mobilier	Un plan que tout le monde a chiffré
Ouverture	Teasers de vitrine, publications pour les réseaux sociaux, créations publicitaires et vidéo promo du magasin	Vos premiers clients	Une bibliothèque de lancement de votre propre magasin

Partez de là où vous en êtes

Si vous avez déjà un design signé par un architecte d'intérieur ou un architecte, commencez à l'étape Financement et envoyez-nous les plans : nous modélisons le magasin à partir de ceux-ci. Si vous n'avez qu'un local et une charte de marque, commencez à l'étape Concept : nous le concevons avec vous.

Nous concevons le concept et le plan d'implantation, et produisons les visuels. Les plans d'exécution et le dossier d'autorisation restent chez votre architecte ou votre agenceur, et les campagnes publicitaires chez votre marketeur ; nous travaillons à leurs côtés.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un comptoir de pop-up store et une devanture.



CE QUE ÇA COÛTE

Un nouveau magasin, du concept à l'ouverture

Un cas composite : une nouvelle boutique d'environ 150 m² avec devanture, cabines d'essayage et salon, conçue à partir d'un local vide. Les heures sont des heures de production du studio ; la part indique où va le budget visuels, étape par étape.

	ÉTAPE ET SÉRIE	CE QUI EST PRODUIT	HEURES
01	Concept : implantation 3D et plan	1 grande vue	24 h
02	Concept : premier aperçu de la surface de vente	2 vues	20 h
03	Financement : devanture, surface de vente, présentoir phare	3 vues, modèle réutilisé	30 h
04	Validation : devanture et enseigne selon le cahier des charges	2 vues	24 h
05	Agencement : mobilier, comptoir et présentoirs	3 vues, modèle réutilisé	30 h
06	Ouverture : images réseaux sociaux et publicité	6 images	40 h
07	Ouverture : vidéo promo	20 secondes	40 h
	Concept 21 %, financement 14 %, validation 12 %		98 h
	Agencement 14 %, ouverture 39 %		110 h

Du concept à l'ouverture, un seul modèle208 h

En calendrier, si les décisions reviennent à tempsenviron 8 semaines

1

MODÈLE 3D POUR TOUTES LES ÉTAPES

5

ÉTAPES, UN SEUL DESIGN

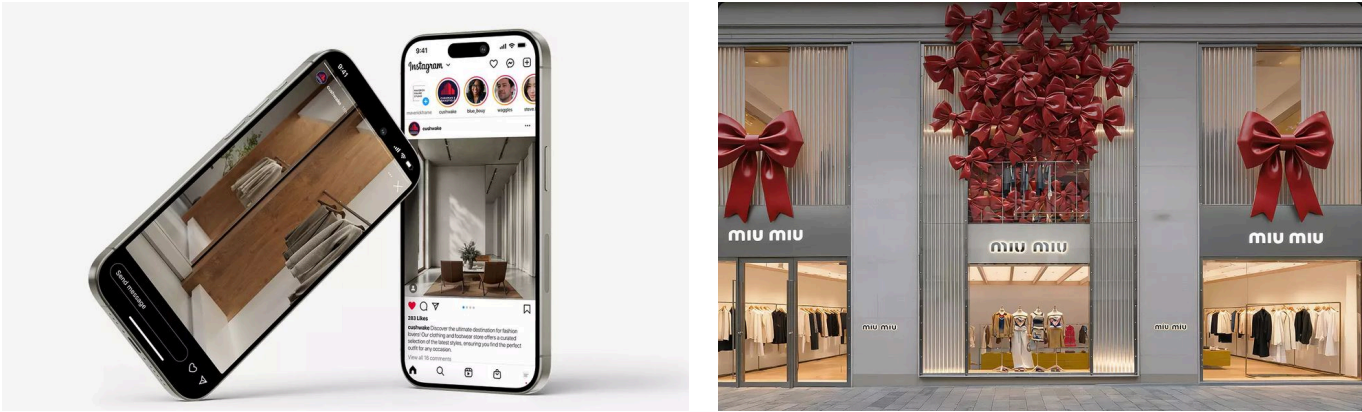
21 %

DU BUDGET CONSTRUISSENT LE MODÈLE

39 %

VONT À LA CAMPAGNE D'OUVERTURE

Un design déjà existant, un magasin plus petit ou pas de vidéo promo réduisent les heures. Plusieurs concepts, un flagship sur deux niveaux ou le déploiement d'une chaîne les augmentent. Donnez-nous votre date d'ouverture et nous planifions les étapes à rebours.



Visuels de magasin Maverick Frame : des publications sur smartphone et une campagne de vitrine des fêtes.

LA PAGE À GARDER

Quoi nous envoyer à chaque étape

Les marques et les propriétaires de magasins avec qui nous travaillons n'envoient pas de longs cahiers des charges. À chaque étape, ils envoient quelques éléments comme ceux-ci, le plus souvent dans le corps d'un e-mail, et cela suffit pour établir un devis et démarrer.

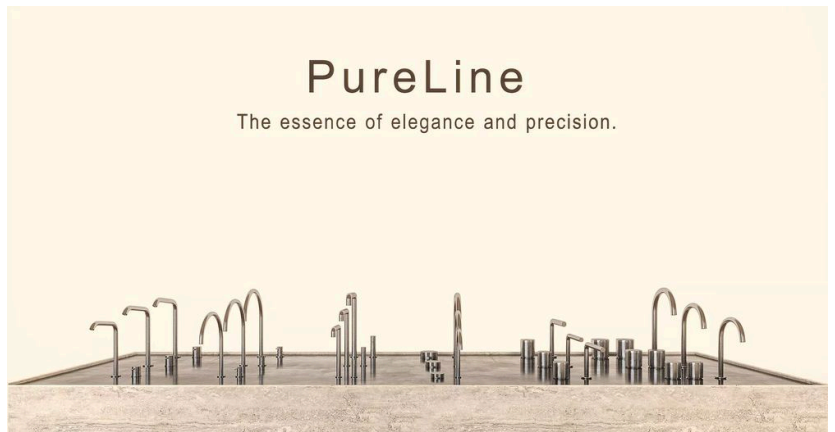
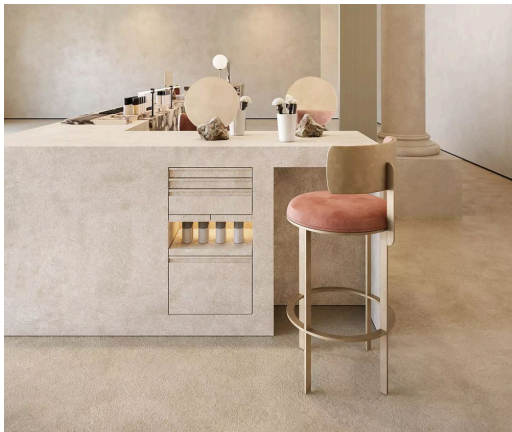
01	Concept : l'espace	Le plan du local ou un croquis coté, la hauteur sous plafond, les poteaux et des photos de l'espace vide.
02	Concept : le magasin	Ce que vous vendez, qui sont vos clients, la charte de marque et deux ou trois magasins qui vous plaisent.
03	Concept : le mobilier	Un éventuel devis d'agenceur ou de fabricant de mobilier ; ou laissez-nous faire, sans marque imposée.
04	Financement : le dossier	Qui lit le business plan ou la présentation, et la date d'envoi.
05	Validation : le centre	Le cahier des charges du bailleur ou du centre commercial, les règles de façade et d'enseigne, et les dates de revue.
06	Agencement : l'agenceur	Qui chiffre les travaux d'agencement, et de quelles vues ou cotes il a besoin.
07	Ouverture : la marque	Logo, couleurs et canaux : Instagram, publicité, site web, vitrine.
08	Déploiement : le magasin suivant	Les nouvelles adresses prévues, afin que le modèle soit conçu pour être réutilisé.
09	À chaque étape : la date	La signature du bail, le rendez-vous à la banque, la revue du centre ou le jour de l'ouverture. Nous planifions à rebours à partir de là.

Un nouveau magasin, le même modèle

Si nous avons conçu votre premier magasin, le suivant démarre avec un seul e-mail : le plan du nouveau local. Les matériaux, le mobilier et la marque sont déjà construits et validés.

Ce que nous répondrions

Nos propres tarifs et conditions sont à la page suivante, pour que vous puissiez comparer les heures ci-dessus à n'importe quel devis.



Rendus de design de magasin Maverick Frame : un poste de maquillage et le présentoir d'une marque de robinetterie.

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 la date d'ouverture

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 3D**maverickframe.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.