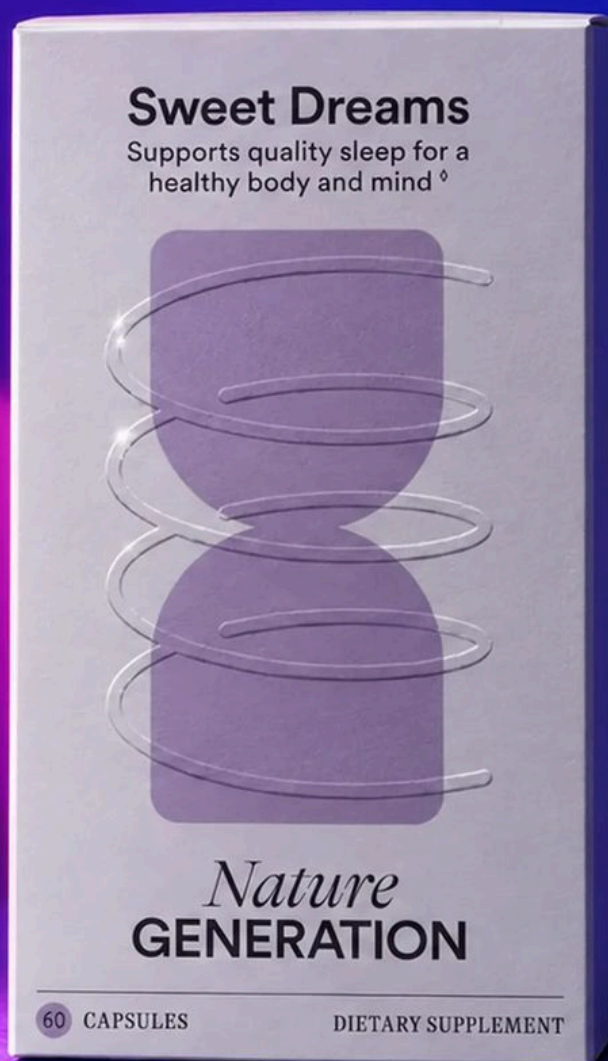




GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Du concept à l'extension. Un seul modèle. **Payé une fois.**

Quels visuels de compléments commander, de la première piste d'étiquette au parfum suivant, ce que le modèle 3D de l'emballage transmet d'une étape à l'autre et la part du budget de chaque étape, chiffrée sur un cas composite.

POUR COMMENCER

Cinq prestataires, cinq pots, un seul produit

Les lancements de compléments dépassent rarement leur budget sur un seul rendu. Ils le dépassent parce que chaque étape achète ses visuels au prestataire le plus proche du moment : des maquettes chez l'agence de design, un indépendant pour la présentation de référencement, un photographe pour les fiches produit, une maison de production pour le lancement, et encore un nouveau prestataire pour le parfum suivant.

Chacun reconstruit l'emballage à partir du même plan de découpe, et chaque jeu est légèrement différent : un autre bouchon, un autre blanc, une autre courbure d'étiquette. L'autre fuite, c'est le calendrier. Des images de référencement commandées après la prise de rendez-vous avec l'acheteur, ou des images e-commerce encore au studio quand le stock arrive, font leur travail une semaine trop tard.

ACHETÉ ÉTAPE PAR ÉTAPE		PLANIFIÉ EN UNE FEUILLE DE ROUTE	
01	Chaque étape reconstruit l'emballage à partir du plan de découpe	Un seul modèle d'emballage, mis à jour au fil des fichiers	
02	Chaque prestataire réapplique toutes les étiquettes	Étiquettes appliquées une fois en résolution d'impression et archivées	
03	Images de distribution et images e-commerce qui ne concordent pas	Une scène maîtresse et une caméra par angle pour tous les canaux	
04	Le film de lancement part d'un fichier vide	Le film est animé avec des modèles qui existent déjà	
05	Un nouveau parfum chiffré comme un nouveau projet	Un nouveau parfum, ce sont de nouveaux fichiers et un rendu	

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

Un emballage construit en 3D à partir de votre plan de découpe, avec chaque étiquette appliquée en résolution d'impression, est le plus gros poste du premier jeu. S'il reste chez un seul studio et suit l'évolution des fichiers, chaque jeu suivant se résume à de l'éclairage, des caméras et du rendu, pas à de la modélisation.



Rendu de production Maverick Frame.

LA FEUILLE DE ROUTE

Quoi commander à chaque étape, et ce qui reste

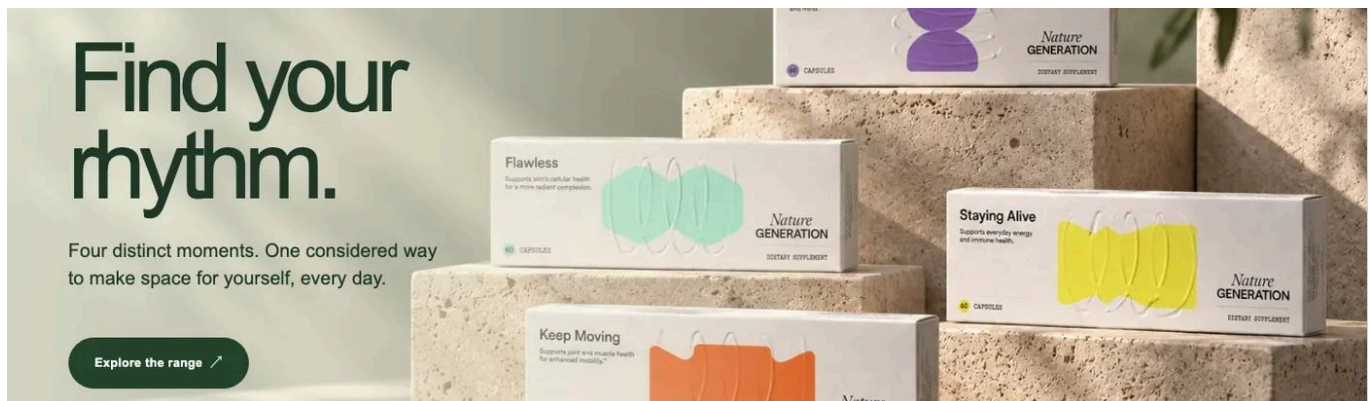
Les cinq étapes ci-dessous sont celles de notre page consacrée aux compléments alimentaires. Pour chacune : quoi commander, qui regarde les images et ce dont l'étape suivante hérite au lieu de le payer à nouveau.

ÉTAPE	VISUELS À COMMANDER	QUI LES UTILISE	CE QUI EST RÉUTILISÉ
Concept	Maquettes fidèles au plan de découpe pour chaque piste d'étiquette, sur le vrai emballage	Votre équipe, les tests consommateurs	Le modèle de l'emballage et la scène maîtresse
Distribution	Rendus de toute la gamme, vues en linéaire et carton de colisage	Acheteurs de la distribution, grossistes	L'étiquette appliquée de chaque référence
E-commerce	Packshots sur fond blanc, annotations sur les ingrédients et vue 360°	Consommateurs, marketplaces, portails des distributeurs	Les caméras par angle et le modèle de gélule
Lancement	Scènes lifestyle, film de marque et formats verticaux pour les réseaux sociaux	Réseaux sociaux, site, presse	Les scènes et un dispositif d'animation
Extension	Nouveaux parfums, formats et coffrets à partir des mêmes modèles	Les mêmes canaux, à nouveau	Une bibliothèque de modèles pour la gamme suivante

Partez de là où vous en êtes

Si le rendez-vous avec l'acheteur a lieu le mois prochain, commandez maintenant les vues de gamme et de linéaire, et demandez que le modèle de l'emballage, les étiquettes et les caméras soient archivés. C'est ce qui permet au jeu e-commerce, au film de lancement et au parfum suivant de les réutiliser au lieu de repartir de zéro.

Tous les lancements ne passent pas par les cinq étapes. Une marque DTC peut aller directement du Concept à l'E-commerce ; une reformulation peut commencer à l'Extension. L'ordre reste valable, la règle aussi : l'étape qui vient en premier construit le modèle que les autres réutilisent.



Rendu de production Maverick Frame.

LE BUDGET

Quatre références, cinq étapes, ligne par ligne

Cas composite de commandes typiques, sans budget client réel : une gamme de quatre références en gélules, des premières pistes d'étiquette à deux nouveaux parfums. Chaque ligne est en heures à \$45 : une vue sur fond blanc ou studio 4 heures, une scène lifestyle 6. Ce qui est réutilisé coûte moins cher.

POSTE	BASE DE CALCUL	À \$45 DE L'HEURE
01	Concept : modèle de l'emballage et scène maîtresse depuis le plan de découpe	12 h x \$45, construit une fois \$540
02	Concept : trois pistes d'étiquette sur l'emballage, deux vues chacune	6 x \$180 \$1 080
03	Distribution : quatre étiquettes appliquées en résolution d'impression	4 x 2 h x \$45, modèle repris du Concept \$360
04	Distribution : vues de gamme et de fiche de référencement	3 x \$180, scène reprise du Concept \$540
05	Distribution : scènes en linéaire et carton de colisage	2 x \$270 + 10 h x \$45 \$990
06	E-commerce : packshots sur fond blanc, face, trois quarts, dos	12 x \$180, scène reprise de Distribution \$2 160
07	E-commerce : modèle de gélule, macros et vues annotées	8 h x \$45 + 4 x \$180 \$1 080
08	E-commerce : vue 360° de la référence phare	12 h x \$45 \$540
09	Lancement : scènes lifestyle	3 x \$270, modèles réutilisés \$810
10	Lancement : film de marque de 30 secondes	72 h x \$45, modèles réutilisés \$3 240
11	Lancement : formats verticaux 9:16	3 x 4 h x \$45 \$540
12	Extension : deux parfums, étiquette et trois packshots par parfum	2 x (\$90 + 3 x \$180), modèle réutilisé \$1 260
13	Extension : vues de coffrets	2 x \$180 \$360
Sous-total Concept		\$1 620
Sous-total Distribution		\$1 890
Sous-total E-commerce		\$3 780
Sous-total Lancement		\$4 590
Sous-total Extension		\$1 620

Planifié en une feuille de route	\$13 500
Les mêmes visuels achetés étape par étape, de zéro	\$16 740



« De zéro » signifie les mêmes lignes plus \$3 240 : le modèle d'emballage à \$540 refait en Distribution, E-commerce, Lancement et Extension, les quatre étiquettes réappliquées en E-commerce et au Lancement (\$720), et le modèle de gélule à \$360 refait pour le film. Parts calculées sur le total planifié de \$13 500.

LE BRIEF D'UNE PAGE

Ce qu'il faut nous envoyer à chaque étape

Les marques dont les logos figurent sur nos pages de services n'envoient pas de longs cahiers des charges. À chaque étape, elles envoient quelques éléments comme ceux-ci, le plus souvent dans le corps d'un e-mail, et cela suffit pour chiffrer et démarrer.

01	Concept : l'emballage	Le plan de découpe et les dimensions du contenant, ou le plan du fabricant du flacon, du pot ou de l'étui.
02	Concept : les pistes	Chaque piste d'étiquette en fichier, même brut, et qui les jugera.
03	Distribution : la gamme	La liste des références, les fichiers d'impression définitifs des étiquettes et la date du rendez-vous acheteur.
04	Distribution : le linéaire	L'enseigne ou le canal, et une photo du rayon visé.
05	E-commerce : les canaux	Votre boutique, chaque marketplace et chaque portail, avec leurs règles d'images actuelles collées dans l'e-mail.
06	E-commerce : la forme galénique	Un échantillon ou des photos à la lumière du jour de la gélule, de la capsule molle, du gummy ou de la poudre.
07	Lancement : l'histoire	L'idée de campagne, les allégations validées par la marque et les supports où le film sera diffusé.
08	Extension : le changement	Les nouveaux fichiers du parfum, du format ou du coffret, et ce qui ne change pas.
09	À chaque étape : le budget	Un montant ou une fourchette par étape. C'est le chemin le plus court vers un périmètre adapté, et ce n'est pas une faiblesse.

Changez d'étape, gardez le modèle

Si nous avons construit votre emballage à une étape précédente, le rouvrir tient en un e-mail : indiquez l'étape, les nouveaux livrables et les fichiers modifiés depuis. Le modèle et les étiquettes sont archivés, donc le devis part du rendu, pas de la modélisation.

Nos conditions sont à la page suivante

Prix du marché, délais et définition d'un tour de correction figurent en page 06. Le cas composite de la page 04 est chiffré à notre tarif horaire de \$45.



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 le plan de découpe et l'étiquette

Le plan de découpe, les fichiers d'impression de l'étiquette, les dimensions du contenant, un échantillon ou des photos de la forme galénique, et le brief que vous avez, dans l'état où il est. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/**Rendu de compléments**maverickframe.com/fr/solutions/rendu-3d-complements-alimentaires/**Ou tout simplement**

répondez à l'e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dim Kuzmenko est le fondateur 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.