



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

# Lo spot FOOH è virale. La rimonta non deve costare un nuovo asset.

Quali visual ordinare dal pitch alla rimonta, cosa si porta dietro l'asset CGI e come si divide il budget per fase, a tariffe di uno studio di fascia media.

## DA DOVE PARTIRE

# L'asset è il budget. Spesso si paga due volte

Nel FOOH la cosa costosa non è il video. È l'oggetto CGI: il prodotto gigante, modellato, texturizzato e preparato per muoversi e interagire con una strada vera. Tutto il resto della campagna si costruisce intorno a quell'asset.

Il budget si disperde quando ogni fase lo tratta come un lavoro nuovo. Il team del pitch ne abbozza una sua versione, lo studio di produzione lo rimodella per il lancio, e quando il post funziona e il brand vuole altre tre città, un terzo team riparte dai packshot. La seconda perdita è il tempo: le plate vengono girate prima che qualcuno verifichi cosa serve alla CGI, e il compositing deve combattere con il girato.

COMPRATO FASE PER FASE

PIANIFICATO COME UNA ROADMAP

|    |                                                                       |                                                               |
|----|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 01 | Un nuovo team modella il prodotto a ogni fase                         | Un solo asset CGI, creato all'approvazione e archiviato       |
| 02 | Plate girate senza dati di camera o di luce                           | Tracking, dati delle ottiche e HDRI raccolti sul set          |
| 03 | Montaggio di lancio in un solo formato, riadattato dopo a caro prezzo | Render abbastanza ampio per verticale, quadrato e orizzontale |
| 04 | La rimonta per una nuova città quotata come una nuova campagna        | Nuove città e stagioni costruite sull'asset esistente         |

## Pianifichi il secondo post prima di pubblicare il primo.

Un video FOOH che funziona viene richiesto di nuovo, in un'altra città o per un altro prodotto. Se asset, rig e look development restano presso un solo studio, il seguito è una nuova plate e un nuovo compositing, non una nuova produzione.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA ROADMAP

# Cosa ordinare in ogni fase, e cosa resta

Le cinque fasi qui sotto sono quelle della nostra pagina sulla pubblicità FOOH. Per ciascuna: cosa ordinare, chi lo guarda e cosa eredita la fase successiva invece di pagarlo di nuovo.

| FASE    | VISUAL DA ORDINARE                                                  | CHI LI USA                     | COSA SI RIUSA                                      |
|---------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------|
| Pitch   | Frame di concept e un animatic di massima                           | Brand e agenzia                | L'idea e il movimento di camera di massima         |
| Approva | Styleframe e previs dell'oggetto CGI nella location reale           | Approvazione del cliente       | L'asset CGI finito, il look e il rig di animazione |
| Riprese | Plate della location, camera tracking, HDRI e riferimenti di luce   | Troupe, compositor             | Camere tracciate e dati di luce per location       |
| Lancio  | Il video FOOH principale in tagli verticale, quadrato e orizzontale | Social, media a pagamento, PR  | L'asset, il setup di simulazione e il grading      |
| Rimonta | Nuove città, prodotti o versioni stagionali sullo stesso asset      | Post successivi, nuovi mercati | Una libreria crescente di location e versioni      |

## Parta da dove si trova

Se l'idea è approvata e sta per girare, pianifichi le plate in funzione della CGI: chiedi allo studio una shot list con altezze di camera, ottiche e riferimenti necessari, e faccia raccogliere tracking e HDRI sul set. Chiedi che asset e rig restino archiviati, così i tagli di lancio e ogni rimonta li riusano.



Rendering di produzione Maverick Frame.

QUANTO COSTA

# Un asset CGI, cinque fasi, voce per voce

Un composito di campagna FOOH in una sola location con un seguito in due città, a tariffe di uno studio di fascia media. L'asset si costruisce una volta, all'approvazione. Le righe segnate come riuso costano meno perché il prodotto non va modellato di nuovo.

|    | VOCE                                                 | BASE                                        | TARIFFA STUDIO |
|----|------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------|
| 01 | Pitch: frame di concept                              | 3 x \$400                                   | \$1.200        |
| 02 | Pitch: animatic di massima                           | bozza                                       | \$1.300        |
| 03 | Approva: asset CGI del prodotto, modellato e riggato | creazione, una volta                        | \$3.700        |
| 04 | Approva: styleframe nella location reale             | 3 x \$500                                   | \$1.500        |
| 05 | Approva: previs del movimento                        | bozza                                       | \$1.800        |
| 06 | Riprese: tracking, HDRI e riferimenti di luce        | 1 location                                  | \$2.000        |
| 07 | Lancio: video FOOH principale, 30 secondi            | 0,5 min x \$8.000, asset riusato da Approva | \$4.000        |
| 08 | Lancio: simulazione e compositing nella plate        | per inquadratura                            | \$2.800        |
| 09 | Lancio: tagli verticale, quadrato e orizzontale      | 3 x \$400                                   | \$1.200        |
| 10 | Rimonta: due nuove città, stesso asset               | 2 x \$2.150, asset riusato da Approva       | \$4.300        |
| 11 | Rimonta: versione stagionale del prodotto            | asset riusato, ritexturizzato               | \$1.200        |
|    | Subtotale Pitch                                      |                                             | \$2.500        |
|    | Subtotale Approva                                    |                                             | \$7.000        |
|    | Subtotale Riprese                                    |                                             | \$2.000        |
|    | Subtotale Lancio                                     |                                             | \$8.000        |
|    | Subtotale Rimonta                                    |                                             | \$5.500        |

Pianificato come una roadmap \$25.000

Gli stessi visual comprati fase per fase, da zero \$32.400



Da zero significa le stesse righe più \$7.400: l'asset CGI da \$3.700 ricostruito da un nuovo team al Lancio e di nuovo alla Rimonta. Le quote qui sopra sono calcolate sul totale pianificato di \$25.000.

## UNA PAGINA

# Cosa inviarci in ogni fase

I team i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non mandano lunghi capitolati. A ogni fase inviano poche cose come queste, spesso nel testo di un'email, e basta per fare un preventivo e iniziare.

|    |                             |                                                                                                                     |
|----|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | <b>Pitch: l'idea</b>        | Un paragrafo o uno schizzo: cosa appare, dove, e cosa fa.                                                           |
| 02 | <b>Pitch: il brand</b>      | Il prodotto, i suoi packshot e il tono del brand. Vanno bene anche dei link.                                        |
| 03 | <b>Approva: il prodotto</b> | CAD, fustelle del packaging o il prodotto fisico come riferimento.                                                  |
| 04 | <b>Approva: la location</b> | La strada, l'edificio o il monumento, con foto se le ha.                                                            |
| 05 | <b>Riprese: il piano</b>    | Data delle riprese, camera e ottica, e chi è sul set. Le rimandiamo una shot list CGI.                              |
| 06 | <b>Riprese: le plate</b>    | Girato raw, eventuali marker di tracking, e HDRI o chrome ball.                                                     |
| 07 | <b>Lancio: i canali</b>     | Dove esce, organico, a pagamento o PR, e la durata per canale.                                                      |
| 08 | <b>Lancio: i formati</b>    | Verticale, quadrato e orizzontale, e quale è il principale.                                                         |
| 09 | <b>Rimonta: le versioni</b> | Nuove città, prodotti o stagioni, e quali plate esistono per ciascuna.                                              |
| 10 | <b>Ogni fase: il budget</b> | Una cifra o una forchetta per fase. È la via più rapida verso un perimetro che sta in piedi, e non è una debolezza. |

## Cambi fase, tenga la scena

Se abbiamo costruito il Suo asset CGI per una fase precedente, una rimonta parte da un'email: la nuova città o il nuovo prodotto, le plate che ha e le date. Asset, rig e look development sono in archivio, quindi il preventivo parte dal compositing, non dalla modellazione.

## Le nostre condizioni alla pagina successiva

Prezzi di mercato, tempi e cosa conta come giro di revisione sono a pagina 06. Il composito di pagina 04 è prezzato alle stesse tariffe di uno studio di fascia media.

QUANTO COSTA

# Prezzi di mercato e condizioni, per verificare qualsiasi preventivo

Intervalli osservati sul mercato nel 2026, dal freelance allo studio. Li usi per verificare qualsiasi preventivo, compreso il nostro.

| 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 |

I nostri tempi e le condizioni di revisione standard. Sono quelli che indichiamo in preventivo, a meno che un progetto non richieda altro, e in quel caso lo diciamo prima di iniziare.

| FASE O DELIVERABLE                  | STANDARD MAVERICK FRAME                                              |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Prima bozza di un'immagine          | Da 3 a 5 giorni lavorativi da un brief completo                      |
| Immagini finali, pacchetto da 5 - 8 | Da 2 a 3 settimane, bozze comprese                                   |
| Animazione fino a un minuto         | Da 4 a 6 settimane, prima storyboard e anteprima                     |
| Round di revisione inclusi          | Due in fase di bozza, uno sull'immagine finale                       |
| Cosa conta come un round            | Un unico elenco di commenti consolidato, inviato in una volta        |
| Consegna urgente                    | Metà del tempo per circa il 40% in più, se il calendario lo consente |

## Scelga uno studio prima che la scadenza diventi un'emergenza

I progetti più costosi che vediamo non sono quelli con un brief scritto male. Sono quelli affidati nel panico, dopo che il primo fornitore ha fallito e la data di lancio non si è spostata. Valuti uno o due studi finché nulla è urgente.

Due parole sul lavoro in-house: un solo artista 3D ha bisogno di una decina di abbonamenti software, di una workstation e di una serie di competenze affini, dalla modellazione e l'illuminazione alla post-produzione e alla comunicazione con il cliente. Conviene solo se quella persona lavora a pieno ritmo ogni giorno. Al di sotto, i conti favoriscono da soli l'esternalizzazione.

## IL PASSO SUCCESSIVO

## Ci mandi quello che ha già

---

Piante, un modello, fotografie o una bozza di brief, nello stato in cui sono. Le risponderemo con perimetro, prezzo e le domande che li determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

---

|                              |                                                                               |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Il modulo di contatto</b> | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a> |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|

---

|                        |                                                                                             |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pubblicità FOOH</b> | <a href="https://maverickframe.com/it/servizi/fooh/">maverickframe.com/it/servizi/fooh/</a> |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|

---

|                               |                                                      |
|-------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Oppure, semplicemente,</b> | risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida. |
|-------------------------------|------------------------------------------------------|

---

### Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è co-fondatore di Maverick Frame Studio. Le cifre di questa guida vengono dalla nostra casella di posta e dal nostro listino, non da un sondaggio di settore.