



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Un lancement chiffré en shooting et en CGI. **\$18 880 d'écart.**

La même campagne chiffrée deux fois : shooting avec équipe, échantillons et une reprise à \$28 600, ou CGI construite une fois depuis la CAO à \$9 720. Ligne par ligne, délais compris.

POUR COMMENCER

Une couleur change. Le shooting recommence.

Une agence vend un lancement produit comme une seule campagne : visuels hero, tous les coloris, scènes lifestyle, déclinaisons social et un court film. L'idée est validée, la date de diffusion fixée, les honoraires convenus. Ce qui ne l'est pas, c'est le produit. Les échantillons arrivent tard, une couleur bouge après validation, et un nouveau marché réclame une finition de plus.

En shooting, chacun de ces changements est une nouvelle réservation : un autre échantillon, une autre journée de studio, une autre passe de retouche. Au forfait, l'agence les paie sur sa propre marge. En CGI, le produit est construit une fois à partir de la CAO ou des plans de découpe, et un changement se résume à un échange de matière et à un nouveau rendu. Les deux voies peuvent donner une belle image. Reste à savoir laquelle survit au client.

	EN SHOOTING	CONSTRUIT EN CGI
01	Attend le dernier échantillon avant de réserver un studio	Part de la CAO ou des plans de découpe, avant que les échantillons existent
02	Chaque coloris photographié et retouché comme une image à part	Chaque coloris est un échange de matière sur la même scène
03	Une couleur modifiée après validation, c'est un nouveau shooting	Une couleur modifiée, c'est un nouveau rendu des images concernées
04	Formats social recadrés dans des images composées pour le hero	Chaque format cadré et rendu depuis la même scène
05	Le film est une journée de tournage à part, avec son propre dispositif	Le film reprend le modèle et les scènes construits pour les images fixes

C'est la reprise qui mange la marge.

Les agences perdent rarement de l'argent sur le shooting qu'elles ont chiffré. Elles le perdent sur celui qu'elles n'avaient pas prévu : le deuxième échantillon, la demi-journée et la retouche en plus qu'un forfait doit absorber parce que la couleur du client a bougé.



Rendu de production Maverick Frame.

LE DEVIS

Un lancement, chiffré des deux façons

Un composite des lancements que les agences nous confient : un produit grand public en cinq coloris, six angles hero, quatre scènes lifestyle, dix déclinaisons social et un film de 30 secondes. Le shooting est chiffré aux tarifs moyens du marché, la CGI selon notre propre grille, \$45 de l'heure. Les deux incluent un changement de couleur tardif.

	POSTE	BASE	COÛT
01	Shooting : échantillons de présérie, un par coloris	5 x \$300	\$1 500
02	Shooting : studio, photographe, assistant, opérateur numérique	2 x \$2 600	\$5 200
03	Shooting : construction du décor et accessoires	décor hero	\$1 400
04	Shooting : journée en extérieur, quatre scènes lifestyle, styliste	1 jour	\$4 800
05	Shooting : déplacements, transport et catering	équipe	\$1 300
06	Shooting : retouche, 10 images hero et lifestyle, 24 coloris	10 x \$150 + 24 x \$60	\$2 940
07	Shooting : journée de tournage, motion control et équipe	1 jour	\$6 500
08	Shooting : montage et étalonnage du film de 30 secondes	30 s	\$1 800
09	Shooting : dix déclinaisons social, recadrées et remontées	10 x \$120	\$1 200
10	Shooting : couleur modifiée, nouvel échantillon, demi-journée, retouche	\$300 + \$1 300 + 6 x \$60	\$1 960
11	CGI : modèle produit et matières depuis la CAO	20 h	\$900
12	CGI : six images hero	6 x 6 h	\$1 620
13	CGI : 24 images de coloris, échange de matière et nouveau rendu	24 x 1 h	\$1 080
14	CGI : quatre scènes lifestyle construites en 3D	4 x 12 h	\$2 160
15	CGI : film hero de 30 secondes à partir du même modèle	60 h	\$2 700
16	CGI : dix déclinaisons social à partir des mêmes scènes	10 x 2 h	\$900
17	CGI : couleur modifiée, nouvelle matière, six images recalculées	8 h	\$360

Construit une fois en CGI, lignes 11 à 17

\$9 720

Tourné, avec une reprise, lignes 1 à 10

\$28 600

\$18 880 entre les mêmes livrables.

Le client voit les mêmes images, déclinaisons et film dans les deux cas. Au forfait, l'écart revient à l'agence : de la marge, un prix de pitch plus serré ou une deuxième campagne dans le même budget. Le changement de couleur coûte à lui seul \$1 960 en shooting et \$360 en CGI.

MARGE ET SEMAINES

Où shooting et CGI se séparent, pas à pas

Sept moments d'un lancement où shooting et CGI cessent de coûter pareil. À droite, ce que chacun fait à une agence qui a déjà fixé ses honoraires et sa date de diffusion.

LE MOMENT	CE QUE CHAQUE VOIE FAIT À L'AGENCE
01 Les échantillons sont en retard	Le shooting attend, la date de diffusion non. En CGI, les premiers jets des images hero arrivent 3 à 5 jours ouvrés après la CAO.
02 Une couleur bouge après validation	Un nouvel échantillon, une demi-journée et de la retouche : \$1 960 dans le composite. En CGI, une nouvelle matière et six nouveaux rendus : \$360.
03 Un nouveau marché veut une autre finition	Un autre échantillon, une autre réservation. En CGI, un coloris de plus sur six angles, c'est environ six heures.
04 Le plan média ajoute un format vertical	Un recadrage d'une image composée pour le format large, ou une nouvelle mise en place. En CGI, on recadre la caméra et on recalcule l'image.
05 Les remarques arrivent en cinq e-mails	Rassemblez-les en une seule liste avant de nous l'envoyer. Un tour, c'est une liste consolidée : deux au premier jet, un sur l'image finale.
06 Le film passe en production	Une journée de tournage à part, avec son propre dispositif. En CGI, le film reprend le modèle et les scènes des images fixes ; jusqu'à une minute, 4 à 6 semaines, storyboard d'abord.
07 La saison suivante	Le shooting repart de zéro. Le modèle CGI reste archivé : le lot suivant se chiffre en scènes nouvelles, pas en produit.

Là où la caméra gagne encore

La CGI ne répond pas à tous les briefs, et un devis qui prétend le contraire fait de la vente. Gardez le shooting, ou une partie, quand :

- ☐ Un vrai visage est le héros : un talent, un ambassadeur ou un mannequin dont l'expression porte la campagne.
- ☐ Le produit se mange ou se boit et doit paraître cuisiné, versé ou servi le matin même.
- ☐ La campagne repose sur un événement réel, une vraie foule ou un lieu dont l'authenticité est le propos.
- ☐ Le lot est petit : trois ou quatre images d'un produit fini, dans ses couleurs définitives, tiennent souvent en une journée de studio.

3-5 jours

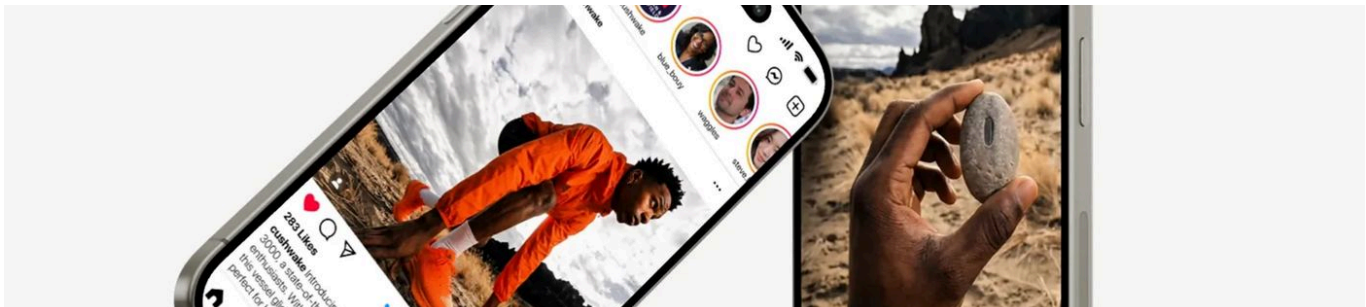
PREMIER JET CGI, DEPUIS LA CAO

2-3 semaines

LE LOT COMPLET D'IMAGES FIXES

4-6 semaines

UN FILM JUSQU'À UNE MINUTE



Rendu de production Maverick Frame.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les agences nous envoient vraiment

Les agences et les marques dont les logos figurent sur nos pages n'envoient pas de cahier des charges. Elles envoient quelque chose de proche de ceci, le plus souvent dans le corps d'un e-mail avec la CAO en pièce jointe, et cela suffit pour chiffrer un lancement et commencer le travail.

01	Le produit	CAO, fichiers STEP ou plans de découpe. Un échantillon ou des photos prises au téléphone, s'il existe.
02	Les coloris	Noms et références : Pantone, RAL ou une photo du nuancier. Précisez ceux qui peuvent encore changer.
03	Les angles hero	Combien, et un croquis ou une image de référence pour celui qui ouvre la campagne.
04	Les scènes lifestyle	Où vit le produit : un plan de travail, un banc de salle de sport, un bureau. Une ligne chacune.
05	Le film	La durée, la seule chose qu'il doit montrer, et si le son vient de vous ou de nous.
06	Les emplacements	Le plan média ou une liste : affichage, social payant, marketplaces, retail. Il fixe les formats et la résolution.
07	La charte de la marque	Celle du client, telle quelle. Nous y travaillons sous le nom de votre agence.
08	Qui rassemble les remarques	Une seule personne de votre côté, pour que chaque tour nous arrive en une liste.
09	La date de diffusion	La vraie, pas la confortable.
10	Le budget	Un chiffre ou une fourchette. C'est le chemin le plus court vers un périmètre adapté, et il reste entre nous et votre agence.

Votre client, votre nom

Nous travaillons en marque blanche, signons votre NDA et ne facturons que votre agence. Votre client voit un seul partenaire de production, vous, et chaque tour de ses retours nous arrive en une liste consolidée.

Filmez les visages, calculez le reste

Quand un vrai visage est le héros, gardez le shooting pour les personnes et le lieu. Nous intégrons le produit en rendu dans ces images et tirons chaque coloris et chaque déclinaison du même modèle.

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 la CAO et le plan média

CAO, plans de découpe, un échantillon ou des photos, la charte de la marque et la liste des emplacements, dans l'état où ils sont. Nous répondrons à votre agence avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contactmaverickframe.com/contacts/

Production CGI pour agencesmaverickframe.com/fr/solutions/agences-de-marketing/

Ou tout simplementrépondez 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.