

Guide pratique / Édition 2026

Quinze secondes de film, c’est 360 images calculées. Nous avons chiffré chacune.

Film explicatif, spot phare ou boucle : trois films produit, trois prix, leurs déclinaisons par canal, et comment un brief à $20 850 est devenu un lancement à $7 500.

Dmitry Kuzmenko
Cofondateur, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

Pour commencer

Personne ne commande d’images. Chaque devis les compte.

Un film produit se chiffre en secondes dans le brief et en images au studio. À 24 images par seconde, un spot de 15 secondes représente 360 images, chacune éclairée, calculée et contrôlée comme un visuel fixe. Voilà pourquoi une phrase anodine dans un e-mail peut doubler un devis.

La plupart des briefs de films produit demandent trois films à la fois sans le dire : un qui explique le produit, un qui le vend et un qui tourne en boucle sur sa page. Chaque format correspond à un travail et une durée différents, avec ses propres déclinaisons. Si le choix est réfléchi, un seul suffit généralement pour un lancement.

	Ce que dit le brief	Ce que cela représente en images
01	**Un film de 60 secondes**	1 440 images. Quatre fois le spot phare, et généralement le mauvais film pour un lancement.
02	**Aussi une version verticale**	La caméra est recadrée et le plan calculé à nouveau. Recadrer une image horizontale fait perdre le produit.
03	**Le faire au ralenti**	Deux fois plus d’images pour la même durée et deux fois plus de temps de calcul.
04	**Dans tous les coloris**	Encore 360 images par couleur, alors qu’un changement de couleur de deux secondes dirait la même chose.

La durée fait le prix. Choisissez le film avant les secondes.

Film explicatif, spot phare et boucle sont trois produits, pas trois durées d’un même film. Décidez du rôle du film et de ses canaux de diffusion : la durée, le nombre d’images et la plupart des déclinaisons en découleront.



Rendu de production Maverick Frame.

La facture

Un brief de film de lancement pris au pied de la lettre

Voici un exemple composite des briefs d’animation de produit reçus cette année, chiffré aux tarifs moyens des studios. Chaque ligne figurait dans un brief pour un seul lancement, généralement dans un même paragraphe et avec un budget à quatre chiffres.

	Poste	Base	Tarifs studio
01	Modèle produit reconstruit pour l’animation	reconstruction	**$1 200**
02	Storyboard et animatique	storyboard	**$600**
03	Film explicatif de 60 secondes, 1 440 images	1 min	**$4 500**
04	Spot phare de 15 secondes, 360 images, simulation de poussière	0,25 min + simulation	**$3 500**
05	Trois boucles de 6 secondes pour les pages produit	3 x $450	**$1 350**
06	Spot phare recomposé en 9:16 et 1:1	2 x $700	**$1 400**
07	Versions courtes de 6 et 10 secondes	2 x $300	**$600**
08	Tous les masters en 4K	nouveau calcul	**$1 800**
09	Spot phare dans trois coloris supplémentaires	3 x $1 000	**$3 000**
10	Création sonore et musique sous licence	son	**$900**
	Sous-total		$18 850
	Spot phare tourné à 48 images/s pour le ralenti		+ $2 000
	Ce que demande le brief		**$20 850**
	Ce dont le lancement a besoin		**$7 500**

$13 350 correspondent à un travail inutile pour ce lancement.

Le lancement nécessite le modèle ($1 200), un storyboard ($600), le spot phare de 15 secondes avec sa poussière ($3 500), une recomposition verticale ($700), deux boucles de 6 secondes tirées de la scène du spot ($600) et le son ($900). Le film explicatif peut suivre après la diffusion du spot phare.

Choisir le film

Film explicatif, spot phare ou boucle

Le film	Durée à 24 images/s	Son rôle	Prix
Film explicatif	45-90 s, 1 080-2 160 images	Explique le fonctionnement, étape par étape. Pages produit, présentations commerciales, stands de salon.	Environ $4 500 la minute
Spot phare	15-30 s, 360-720 images	Vend une émotion. Lancement, publicités sur les réseaux sociaux, grands écrans.	$1 500-2 000 par 15 s, plus la simulation
Boucle	6-10 s, 144-240 images, raccord invisible	Remplace une image fixe sur une page produit ou une fiche.	$300-450 l'unité, moins à partir d'une scène existante

	Dans le brief	Ce qu'il vaut mieux écrire
01	**Un film de 60 à 90 secondes**	Précisez le rôle du film. La plupart des lancements ont besoin d'un spot phare ; un film explicatif ne justifie sa durée que lorsque l'achat passe par une lecture attentive.
02	**Des versions pour chaque canal**	Nommez les deux canaux essentiels. Chaque nouveau cadrage exige une nouvelle caméra et un nouveau calcul, pas un simple export.
03	**Tous les masters en 4K**	La 4K pour le spot phare s'il passe sur grand écran. Le Web et les réseaux sociaux diffusent en HD, dont le calcul est bien plus court.
04	**Du ralenti**	Désignez le plan qui en a besoin. Le ralenti double le nombre d'images pour chaque seconde concernée.
05	**Tous les coloris animés**	Animez le coloris principal. Présentez les autres en images fixes ou par un bref changement de couleur à la fin.
06	**Des formats courts et des teasers**	Commandez-les avec le film. Découpés dans des images déjà calculées, ils coûtent une fraction d'un nouveau plan.

Une seule page

Ce que les marques nous envoient vraiment

Les clients dont les logos figurent sur nos pages de services n’envoient pas de listes de plans. Pour une animation de produit, ils nous transmettent plutôt ceci, généralement dans le corps d’un e-mail. Cela suffit pour établir un devis et commencer le storyboard.

01	**Le produit**	Une ligne, plus des fichiers CAO ou un modèle de rendu existant. Précisez ce qui bouge.
02	**L’objet réel**	Un échantillon ou des photos sous une lumière simple, prises sous plusieurs angles.
03	**Le film**	Film explicatif, spot phare ou boucle. Un seul de ces formats.
04	**La durée**	En secondes. En cas de doute, précisez où le film sera diffusé et nous proposerons une durée.
05	**L’élément essentiel à montrer**	La fonction, la texture ou le moment qui donne envie d’acheter le produit.
06	**Les canaux de diffusion**	Les canaux et leurs formats. Ils déterminent les déclinaisons.
07	**Un film de référence**	Un lien et une phrase sur ce qui vous plaît : le rythme, la lumière, la caméra.
08	**Le son**	Une piste de marque, un budget de licence ou le silence.
09	**La date souhaitée**	La vraie. Un film allant jusqu’à une minute prend quatre à six semaines, storyboard d’abord.
10	**Le budget**	Un montant ou une fourchette. Il détermine le film plus vite qu’une liste de plans.

Exprimez l’intention, pas les mouvements de caméra

Dites-nous ce que le spectateur doit ressentir et retenir. Trajectoires de caméra, rythme et éclairage font partie de notre quotidien. Un storyboard construit sur une intention donne un meilleur film qu’un découpage imposé plan par plan.

Laissez l’animatique trancher

Les commentaires coûtent peu sur un storyboard et cher sur des images calculées. Deux séries de retours au stade de l’ébauche fixent le film ; ensuite, chaque modification nécessite un nouveau calcul.

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 produit et la liste des canaux

Des fichiers CAO ou un modèle de rendu existant, un échantillon ou des photos, un film de référence et la liste des canaux de diffusion, dans l’état où ils sont. Nous vous répondrons avec le film que nous proposons, un prix et les questions qui le déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/fr/contact/
Animation de produit	maverickframe.com/fr/services/animation-3d-produit/
Ou tout simplement	répondez à l’e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dmitry 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.