



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Les idées FOOH meurent au plan de tournage. **Un plan, 8 secondes.**

Le brief qui décide si un faux spot out-of-home paraît vrai : un plan, une idée, huit secondes.
Chiffré poste par poste face à la version à trois idées qui coûte \$23 100.

POUR COMMENCER

Ça sonne faux avant même que l'objet n'arrive.

Un spot FOOH fonctionne pour une seule raison : pendant une seconde, on croit que c'est arrivé dans une vraie rue. Cette croyance se joue dans les images tournées, pas dans la CGI. Quand un spot paraît faux, l'objet est rarement en cause. Le plan dans lequel on l'a posé n'aurait jamais pu le porter.

La plupart des briefs FOOH décrivent l'idée en détail et les images en une ligne, souvent « de la banque d'images ou ce qui marche ». Le plan est donc choisi tard, une fois le concept validé, et il arrive tremblant, éclairé à plat, filmé à la mauvaise hauteur ou déjà encombré. Tout ce qui suit n'est qu'une tentative de sauver un plan qui n'avait pas de place pour l'idée.

CE QUE LE BRIEF MET EN AVANT

CE QUI DÉCIDE SI CELA PARAÎT VRAI

01	Trois idées, au cas où l'une marche	Une idée qui colle à un lieu. Chaque idée demande son plan, son objet et sa simulation.
02	Une histoire de 30 secondes	Huit à dix secondes avec une seule révélation. C'est ce que les gens regardent et partagent.
03	« La banque d'images suffira »	Un plan tourné pour l'objet : stable, à hauteur d'œil, avec de la place dans le cadre et une lumière qui correspond.
04	Toutes les plateformes, tous les formats	Tournez d'abord pour le format le plus haut. Un 16:9 tiré d'images en 9:16 survit rarement.

Le plan, c'est le brief.

Décidez où l'idée se passe et filmez ce lieu correctement avant que quiconque ne modélise quoi que ce soit. Un bon plan rend crédible un objet ordinaire ; un mauvais plan fait paraître collé un objet parfait.



Rendu de production Maverick Frame.

LE DEVIS

Trois idées, 30 secondes, chiffrées comme briefées

Voici un composite des briefs FOOH que nous avons chiffrés cette année, aux tarifs d'un studio de milieu de marché. Les tarifs d'animation à la minute décrivent mal ce travail : l'essentiel du coût est dans l'objet, la simulation et le raccord au plan, pas dans la durée.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Trois plans d'archive sous licence, trackés et nettoyés	3 x \$900	\$2 700
02	Trois objets principaux modélisés à l'échelle de la rue	3 x \$1 200	\$3 600
03	Une simulation par idée : tissu, liquide, verre	3 x \$1 500	\$4 500
04	30 secondes éclairées et calculées, 720 images	\$200 / s	\$6 000
05	Compositing : ombres, reflets, grain	30 s	\$3 400
06	Cinq déclinaisons par plateforme	5 x \$300	\$1 500
07	Nouveau plan et nouveau tracking après l'échec du premier	sauvetage	\$1 400
	Plans, objets et simulations pour trois idées		\$10 800
	Durée, compositing et déclinaisons		+ \$10 900
	Le sauvetage		+ \$1 400
	Trois idées, 30 secondes		\$23 100
	Un plan, une idée, huit secondes		\$7 000

\$7 000 paient le spot que les gens partagent.

Un plan tracké \$900, un objet \$1 200, une simulation \$1 500, huit secondes calculées \$1 600, le compositing \$900 et trois déclinaisons \$900. Ce n'est pas la version économique du long brief. C'est la version qui a une chance d'être crue.

LIGNE PAR LIGNE

Quoi écrire au lieu du long brief

Réécrivez ces neuf lignes et le spot devient à la fois plus court, moins cher et plus convaincant. Aucune n'est un compromis créatif ; ce sont les conditions dans lesquelles l'illusion fonctionne.

DANS LE BRIEF	QUOI ÉCRIRE À LA PLACE
01 Trois concepts au choix	Choisissez avant la production. Testez les idées en croquis sur une photo de la rue ; à ce stade, elles ne coûtent presque rien.
02 Une histoire de 30 secondes	Une révélation en huit à dix secondes, plus une image fixe pour l'affiche et la vignette.
03 « Banque d'images ou ce qui marche »	Nommez le lieu. Si ce doit être une image d'archive, envoyez-nous le clip avant de payer la licence, pas après.
04 Aucune consigne de tournage	Caméra fixe ou mouvement lent, à hauteur d'œil ou de téléphone, 4K ou mieux, l'emplacement de l'objet laissé vide dans le cadre.
05 Aucune référence de lumière	Quelques secondes d'une sphère grise et d'une sphère chromée, ou des photos du lieu à la même heure.
06 L'objet réduit à un logo	Le fichier produit ou un échantillon physique. Vraies étiquettes, vraies proportions, vrais matériaux.
07 « Qu'il devienne viral »	Dites ce que fait l'objet : il atterrit, pousse, fond, enveloppe, s'écrase. Un verbe suffit comme brief.
08 Toutes les plateformes	La plateforme principale et son format, puis les déclinaisons qui suivent. Tournez pour le plus haut.
09 Lancement la semaine prochaine	La vraie date. Le tracking et la simulation ont besoin de leurs jours ; l'urgence, c'est deux fois moins de temps pour environ 40 % de plus.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les marques nous envoient pour un FOOH

Les marques dont les logos figurent sur nos pages de services n'envoient pas de présentations pleines de concepts. Elles envoient quelque chose de proche de ceci, le plus souvent dans le corps d'un e-mail avec un clip joint, et cela suffit pour chiffrer et commencer.

01	L'idée	Une phrase et un verbe : ce qui apparaît, et ce que cela fait.
02	Le lieu	Une rue, une façade, un monument, un panneau. Nommez-le ou décrivez-le.
03	Le plan	Des images si vous en avez, une vidéo au téléphone sinon. Nous vous dirons s'il peut porter l'idée.
04	Le produit	Un fichier 3D, les fichiers de l'emballage ou un échantillon.
05	La durée	Huit à dix secondes par défaut. Dites-le si vous avez besoin de plus.
06	La plateforme principale	Où le spot sort, et dans quel format.
07	Les autres déclinaisons	Les formats et durées qui suivent la version principale.
08	Le son	Fourni par vous ou par nous.
09	La date	La date de lancement, pas la date confortable.
10	Le budget	Un montant ou une fourchette. C'est le chemin le plus court vers un périmètre qui tient.

Envoyez d'abord la vidéo au téléphone

Dix secondes filmées au téléphone sur le vrai lieu nous en disent plus qu'une planche d'ambiance. Nous pouvons souvent dire en un jour si le lieu peut porter l'idée, avant de réserver une équipe.

Gardez la deuxième idée

Une idée écartée n'est pas perdue. Une fois le premier spot sorti et ses résultats connus, le deuxième part d'un plan éprouvé et d'un studio qui connaît votre produit.

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 et l'idée

Des images du lieu, une vidéo de la rue prise au téléphone, un fichier produit ou une idée en une ligne, dans l'état où ils sont. 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/

Publicité FOOHmaverickframe.com/fr/services/fooh/

Ou tout simplementrépondez 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.