



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Votre brief demande 24 scènes et **\$38 200.** Il en fallait huit.

Combien de scènes une visite virtuelle demande vraiment, ce que coûte chaque scène en plus, et le plan qui garde une visite assez courte pour être finie et assez bonne pour vendre.

POUR COMMENCER

Chaque pièce est une scène. C'est là le piège.

La façon naturelle de briefer une visite virtuelle, c'est de lister les pièces. Entrée, séjour, cuisine, trois chambres, deux salles de bains, le couloir, le balcon, le hall, la salle de sport. Cela paraît rigoureux, et cela transforme sans bruit une visite en deux douzaines de rendus 360 distincts, chacun modélisé, éclairé et fini dans toutes les directions.

Une scène n'est pas une vignette dans un menu. C'est un panorama complet, qui doit paraître fini partout où le visiteur se tourne : plafond, sol, mur derrière la caméra, vue par chaque fenêtre. Une visite avec deux fois plus de scènes, c'est presque deux fois plus de travail, et une visite trop longue à produire est souvent celle qui manque le lancement pour lequel elle était faite.

CE QUE LISTE LE BRIEF		CE QUI DÉCIDE VRAIMENT DU NOMBRE DE SCÈNES	
01	Chaque pièce et chaque couloir	Les pièces dont un acquéreur a besoin pour comprendre le plan. Une scène peut montrer deux pièces par une porte ouverte.	
02	Jour et nuit pour chaque scène	Ce que la nuit vend, ou non. Chaque état de lumière est un panorama complet de plus.	
03	Toutes les finitions, commutables partout	Là où les finitions se choisissent vraiment : en général la cuisine et une salle de bains.	
04	Des points d'intérêt sur chaque objet	Ce que le visiteur doit pouvoir faire : se déplacer, lire un prix, réserver une visite, voir le plan.	

Une visite se juge à sa meilleure scène, pas à leur nombre.

Personne ne se souvient du couloir. Une visite de huit scènes bien choisies et entièrement finies, avec un plan pour s'orienter, fait le travail de vingt-quatre, et elle arrive à temps pour servir.



Rendu de production Maverick Frame.

LE DEVIS

Ce que cela coûte si on le prend au mot

Voici un composite des briefs de visite virtuelle reçus pour un appartement témoin de trois chambres avec les équipements de la résidence, chiffré aux tarifs d'un studio de milieu de marché. Chaque ligne figurait dans un vrai brief ; la combinaison est typique.

	POSTE	BASE	TARIF STUDIO
01	Une scène 360 par pièce et par couloir	24 x \$550	\$13 200
02	Une version de nuit de chaque scène	24 x \$350	\$8 400
03	Une palette de finitions alternative dans chaque scène	24 x \$300	\$7 200
04	Fiches d'information sur chaque objet	120 x \$15	\$1 800
05	Navigation par plan avec position en direct	développement	\$900
06	Équipements : piscine, salle de sport, hall et toit-terrasse	4 x \$600	\$2 400
07	Une version casque VR de toute la visite	développement	\$2 500
08	Lecteur à vos couleurs et hébergement sur trois ans	3 x \$600	\$1 800
Ce que demande le brief			\$38 200
Ce dont le même appartement a besoin			\$6 080

\$6 080, ce sont huit scènes, bien faites.

Huit scènes à \$550, un plan pour s'orienter, une douzaine de points d'intérêt là où ils comptent et un an d'hébergement. Le plan, la lumière et les finitions sont tous là. Ce qui manque, c'est le couloir, vingt-quatre fois.

Avant de chiffrer une visite, nous demandons le plan avec les positions de caméra marquées. C'est la feuille unique qui décide du prix.

LE PLAN DES SCÈNES

Huit règles pour une visite courte et finie

Vérifiez le plan à l'aune de ces règles avant de l'envoyer. Le nombre de scènes baisse en général de moitié, et la visite que vous recevez est celle que vous auriez choisie de toute façon.

RÈGLE	COMMENT L'APPLIQUER SUR LE PLAN
01 Partir des questions de l'acquéreur	Notez ce que le visiteur doit comprendre : le plan, la lumière, la vue, les finitions. Chaque scène doit répondre à au moins une.
02 Une scène peut montrer deux pièces	Placez les caméras aux seuils et aux portes ouvertes. Une bonne position dans le séjour vend aussi la cuisine et le balcon.
03 Oublier les espaces de passage	Couloirs, paliers et cellier demandent rarement une scène. Le plan montre comment ils se relient.
04 Montrer une seule fois les pièces répétées	Si trois chambres partagent le même plan, montrez la plus belle et signalez les autres sur le plan.
05 Un seul état de lumière	Jour ou crépuscule pour toute la visite. N'ajoutez la nuit que là où elle vend quelque chose, une terrasse ou une vue.
06 Les finitions là où on les choisit	Proposez des palettes commutables dans la cuisine et une salle de bains, là où se font d'habitude les choix. Ailleurs, montrez-en une.
07 Décider ce que le visiteur peut faire	Passer d'une scène à l'autre, ouvrir le plan, lire une fiche, réserver une visite. Chaque interaction en plus est développée et testée.
08 Régler l'hébergement avant la production	Votre site, un portail d'annonces ou notre lecteur. Cela décide du format de sortie, de la résolution et de qui paie l'hébergement ensuite.

LA PAGE UNIQUE

Ce que les marques nous envoient pour une visite

Les clients dont les logos figurent sur nos pages de services ne nous envoient pas de liste des pièces. Ils envoient quelque chose de proche de ceci, le plus souvent dans le corps d'un e-mail avec le plan joint, et cela suffit pour chiffrer et commencer.

01	Le bien	Une ligne, plus les plans, une maquette ou des rendus existants.
02	À quoi sert la visite	Vente sur plan, location, page de réservation d'hôtel, salon professionnel.
03	Le plan annoté	Les positions de caméra dessinées dessus. Un cercle approximatif suffit.
04	Combien de scènes	Un nombre, ou « aussi peu que possible », et nous les proposerons.
05	La lumière	Jour ou crépuscule. Un seul pour toute la visite.
06	Les options de finition	Quelles pièces, et combien de palettes.
07	Ce que le visiteur peut faire	Se déplacer, ouvrir le plan, lire des fiches, réserver une visite.
08	Où elle sera hébergée	Votre site, un portail, un casque dans le bureau de vente.
09	La date et le budget	La vraie date de lancement, et un montant ou une fourchette.

Lancer petit, ajouter ensuite

Une visite s'étend facilement une fois la maquette et le lecteur en place. Publiez huit scènes au lancement et ajoutez les équipements quand ils sont finis, au lieu de bloquer toute la visite pour eux.

Réutiliser ce que vous avez déjà

Si nous calculons déjà des images fixes de l'appartement, la visite part de la même maquette et des mêmes matériaux. Dites-le dans le brief ; cela baisse le prix de chaque scène.

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 ce que vous avez déjà

Plans, maquette 3D, photos ou brouillon de brief, 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 contact	maverickframe.com/contacts/
Visites virtuelles	maverickframe.com/fr/services/visite-virtuelle-3d/
Ou tout simplement	répondez 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.