



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Abbiamo prezzato un lancio: shooting e CGI. \$18.880 di scarto.

La stessa campagna di lancio prezzata due volte: in shooting con troupe, campioni e un reshoot a \$28.600, oppure costruita una volta in CGI dal CAD a \$9.720. Riga per riga, con le settimane.

DA DOVE PARTIRE

Cambia un colore. Lo shooting riparte.

Un'agenzia vende il lancio di un prodotto come un'unica campagna: still hero, tutte le varianti colore, scene lifestyle, tagli social e un breve film. L'idea è approvata, la data di uscita fissata, il fee concordato. Il prodotto invece non è fisso. I campioni arrivano tardi, un colore cambia dopo l'approvazione e un nuovo mercato chiede una finitura in più.

Su un set ognuno di questi cambi è una nuova prenotazione: un altro campione, un'altra giornata di studio, un altro passaggio di ritocco. Con un fee fisso li paga l'agenzia, di tasca propria. In CGI il prodotto si costruisce una volta dal CAD o dalle fustelle, e un cambio è un materiale sostituito e un nuovo render. Entrambe le strade possono dare un bel risultato. La domanda è quale sopravvive al cliente.

	SHOOTING	COSTRUITO IN CGI
01	Aspetta l'ultimo campione prima di prenotare lo studio	Parte dal CAD o dalle fustelle, prima che esistano i campioni
02	Ogni variante colore scattata e ritoccata come immagine a sé	Ogni variante colore è un cambio di materiale sulla stessa scena
03	Un colore cambiato dopo l'approvazione è un reshoot	Un colore cambiato è un nuovo render dei soli frame coinvolti
04	I formati social ritagliati da frame composti per l'hero	Ogni formato inquadrato e renderizzato dalla stessa scena
05	Il film è un'altra giornata di troupe con il suo rig	Il film usa il modello e le scene già costruiti per gli still

Il margine se ne va nel reshoot.

Le agenzie raramente perdono soldi sullo shooting che hanno preventivato. Li perdono su quello che non hanno previsto: il secondo campione, la mezza giornata e il ritocco in più che un fee fisso deve assorbire perché il colore del cliente è cambiato.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Un lancio, prezzato in due modi

Un composito dei lanci che le agenzie ci portano: un prodotto di consumo in cinque varianti colore, sei angolazioni hero, quattro scene lifestyle, dieci tagli social e un film da 30 secondi. Le voci shooting sono prezzate a tariffe di produzione di mercato; le voci CGI con il nostro listino, \$45 l'ora. Entrambe includono un cambio colore tardivo.

	VOCE	BASE	COSTO
01	Shooting: campioni di pre-produzione, uno per colore	5 x \$300	\$1.500
02	Shooting: giornate di studio, fotografo, assistente, digital tech	2 x \$2.600	\$5.200
03	Shooting: costruzione del set e oggetti di scena	set hero	\$1.400
04	Shooting: giornata in location per quattro scene lifestyle, stylist	1 giorno	\$4.800
05	Shooting: trasferte, trasporti e catering	troupe	\$1.300
06	Shooting: ritocco, 10 hero e lifestyle, 24 varianti colore	10 x \$150 + 24 x \$60	\$2.940
07	Shooting: giornata film, rig motion control e troupe	1 giorno	\$6.500
08	Shooting: montaggio e color grading del film da 30 secondi	30 s	\$1.800
09	Shooting: dieci tagli social, riinquadrati e rimontati	10 x \$120	\$1.200
10	Shooting: cambio colore, nuovo campione, mezza giornata, ritocco	\$300 + \$1.300 + 6 x \$60	\$1.960
11	CGI: modello del prodotto e materiali dal CAD	20 h	\$900
12	CGI: sei still hero	6 x 6 h	\$1.620
13	CGI: 24 still per variante colore, cambio materiale e render	24 x 1 h	\$1.080
14	CGI: quattro scene lifestyle costruite in 3D	4 x 12 h	\$2.160
15	CGI: film hero da 30 secondi dallo stesso modello	60 h	\$2.700
16	CGI: dieci tagli social dalle stesse scene	10 x 2 h	\$900
17	CGI: cambio colore, nuovo materiale, sei frame rifatti	8 h	\$360
Costruito una volta in CGI, righe 11-17			\$9.720
Shooting con un reshoot, righe 1-10			\$28.600

\$18.880 tra gli stessi deliverable.

Il cliente vede gli stessi still, gli stessi tagli e lo stesso film in entrambi i casi. Con un fee fisso lo scarto lo decide l'agenzia: margine, un prezzo di pitch più aggressivo o una seconda campagna nello stesso budget. Il solo cambio colore vale \$1.960 sul set e \$360 in CGI.

MARGINE E SETTIMANE

Dove le due strade si dividono, passo passo

Sette momenti di un lancio in cui shooting e CGI smettono di costare uguale. La colonna di destra dice cosa fa ciascuno a un'agenzia che ha già fissato il suo fee e la sua data di uscita.

IL MOMENTO	COSA FA OGNI STRADA ALL'AGENZIA
01 I campioni sono in ritardo	Lo shooting aspetta, la data di uscita no. In CGI le bozze degli still hero arrivano 3-5 giorni lavorativi dopo il CAD.
02 Un colore cambia dopo l'approvazione	Nuovo campione, mezza giornata e ritocco: \$1.960 nel composito. In CGI, un nuovo materiale e sei render: \$360.
03 Un nuovo mercato vuole un'altra finitura	Un altro campione e un'altra prenotazione. In CGI, una variante in più su sei angolazioni sono circa sei ore.
04 Il media plan aggiunge un taglio verticale	Un crop da un frame composto per il formato largo, o un nuovo set-up. In CGI si reinquadra la camera e si renderizza di nuovo.
05 I commenti arrivano in cinque mail	Li raccolga in una sola lista prima di mandarceli. Un giro è una lista consolidata: due in fase di bozza e uno sul finale.
06 Il film entra in produzione	Un'altra giornata di troupe con il suo rig. In CGI il film usa modello e scene degli still; fino a un minuto richiede 4-6 settimane, storyboard prima.
07 La stagione successiva	Lo shooting riparte da zero. Il modello CGI resta in archivio, quindi il set successivo si paga per le scene nuove, non di nuovo per il prodotto.

Quando vince ancora la fotocamera

La CGI non è la risposta a ogni brief, e un preventivo che dice il contrario sta vendendo. Tenga lo shooting, o almeno una parte, quando:

- ☐ Il protagonista è un volto vero: talent, ambassador o un modello la cui espressione regge la campagna.
- ☐ Il prodotto è cibo o bevanda che deve sembrare cucinato, versato o servito quella mattina.
- ☐ La campagna è un evento dal vivo, una folla vera o un luogo la cui autenticità è il punto.
- ☐ Il set è piccolo: tre o quattro still di un prodotto finito, già nei colori definitivi, spesso sono una giornata di studio.

3-5 giorni

PRIMA BOZZA CGI, DAL CAD

2-3 settimane

IL SET COMPLETO DI STILL

4-6 settimane

UN FILM FINO A UN MINUTO



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA PAGINA UNICA

Cosa ci mandano davvero le agenzie

Le agenzie e i brand i cui loghi compaiono sulle nostre pagine non ci mandano capitoli. Mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail con il CAD in allegato, ed è sufficiente per preventivare un lancio e mettersi al lavoro.

01	Il prodotto	CAD, file STEP o fustelle. Un campione o foto col telefono, se esiste.
02	Le varianti colore	Nomi e riferimenti: Pantone, RAL o una foto del campione colore. Indichi quali possono ancora cambiare.
03	Le angolazioni hero	Quante, e uno schizzo o un frame di riferimento per quella principale.
04	Le scene lifestyle	Dove vive il prodotto: un piano cucina, una panca in palestra, una scrivania. Una riga ciascuna.
05	Il film	Durata, l'unica cosa che deve mostrare e se l'audio è Suo o nostro.
06	I formati	Il media plan o una lista: OOH, social a pagamento, marketplace, retail. Definisce proporzioni e risoluzione.
07	Le linee guida del brand	Quelle del cliente, così come sono. Lavoriamo su di esse con il nome della Sua agenzia.
08	Chi raccoglie i commenti	Una persona dalla Sua parte, perché ogni giro ci arrivi come una lista sola.
09	La data di uscita	Quella vera, non quella comoda.
10	Il budget	Una cifra o una forchetta. È la via più rapida a un perimetro adatto, e resta tra noi e la Sua agenzia.

Il Suo cliente, il Suo nome

Lavoriamo in white label, firmiamo il Suo NDA e fatturiamo solo alla Sua agenzia. Il cliente vede un unico partner di produzione, cioè Lei, e ogni giro di feedback ci arriva come una sola lista consolidata.

Volti in shooting, il resto in render

Quando il protagonista è un volto vero, tenga lo shooting per le persone e il luogo. Noi inseriamo il prodotto in render in quei frame e ricaviamo ogni variante colore e ogni taglio dallo stesso modello.

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 il CAD e la lista dei formati

CAD, fustelle, un campione o le sue foto, le linee guida del brand e la lista dei formati, nello stato in cui sono. Risponderemo alla Sua agenzia con perimetro, prezzo e le domande che lo decidono - con una mail, non con una call commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
------------------------------	---

CGI per agenzie	maverickframe.com/it/soluzioni/agenzie-di-marketing/
------------------------	---

Oppure, semplicemente,	risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida.
-------------------------------	--

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è il 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.