



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Abbiamo prezzato il brief di ChatGPT. Costa **\$67.467.**

Dieci requisiti che non servono a nessuno, prezzati voce per voce a tariffe di mercato, e la versione di una pagina che fa renderizzare lo stesso edificio con \$3.400.

DA DOVE PARTIRE

Non è il Suo brief. È quello del modello.

Quasi ogni richiesta che ci arriva oggi porta con sé un capitolato scritto da un modello linguistico. Sono lunghi, sicuri di sé e ben organizzati, e indicano un budget che non coprirebbe un decimo di ciò che chiedono. Il cliente non è irragionevole. Ha chiesto un brief completo e ha ottenuto esattamente quello.

Un modello linguistico punta alla completezza, perché la completezza sembra una buona risposta. Non sa che quattro di quelle righe portano quasi tutto il costo, e non ha mai dovuto fare un preventivo. Così scrive tutto ciò che un progetto di visualizzazione può contenere in teoria, e il risultato è un documento completo, coerente e insostenibile.

A COSA PUNTA IL MODELLO

COSA DECIDE DAVVERO IL PREZZO

01	Coprire ogni possibilità	Quattro o cinque decisioni. Il resto è arrotondamento.
02	Sembrare preciso	Indicare i prodotti che serve davvero modellare, e ammettere quali possono venire da una libreria.
03	Elencare ogni formato di consegna	I formati che pubblicherà davvero. Panorami e VR sono prodotti a sé, non esportazioni gratuite.
04	Tutelarla con formule forti	«Revisioni illimitate» e «diritti perpetui in tutto il mondo» sono le due frasi più costose del documento.

Il brief non descrive il progetto. Lo decide.

Mandi lo stesso capitolato a quattro studi e riceverà quattro preventivi diversi, tutti onesti. Non stanno prezzando il Suo edificio. Stanno prezzando il documento, e il documento chiedeva undici cose che non pubblicherà mai.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Quanto costa se lo prendiamo alla lettera

Ecco un composito dei capitolati ricevuti quest'anno, prezzato a tariffe da studio di fascia media. Niente è gonfiato e niente è inventato: ogni riga compariva in un brief che qualcuno ci ha mandato con un budget a cinque cifre.

	VOCE	BASE	TARIFFA STUDIO
01	Dodici viste esterne, luce diurna	12 x \$425	\$5.100
02	Le stesse dodici viste al tramonto e di notte	24 x \$425	\$10.200
03	Quattro varianti stagionali della vista principale	3 x \$425	\$1.275
04	Sei viste aeree e di masterplan	6 x \$550	\$3.300
05	Otto viste interne «per contesto»	8 x \$500	\$4.000
06	Un sorvolo animato di 60 secondi	1 min	\$5.500
07	Sei panorami a 360 gradi	6 x \$600	\$3.600
08	Una visita interattiva pronta per la VR	sviluppo	\$6.000
09	Ogni prodotto citato modellato da disegni del produttore	niente libreria	\$7.500
10	Edifici vicini rilevati e verde reale	contesto	\$3.500
	Subtotale		\$49.975
	«Revisioni illimitate fino a piena soddisfazione»		+ \$12.494
	Diritti perpetui mondiali, partner inclusi		+ \$4.998

Quanto chiede il brief**\$67.467****Quanto serve allo stesso edificio****\$3.400****\$67.467 sono un monomotore usato.**

È il prezzo onesto del documento, non una cifra per spaventare. Il divario non è margine di trattativa e non è uno sconto che aspetta di essere chiesto. Sono dieci consegne che non servivano, dentro un brief che nessuno ha rivisto.

RIGA PER RIGA

Le nove righe che portano i soldi

Elimini o riscriva queste nove righe e la cifra scende di circa il novanta per cento, senza perdere una sola immagine che avrebbe pubblicato.

NEL BRIEF	COSA SCRIVERE INVECE
01 Giorno, tramonto e notte per ogni vista	Una sola condizione di luce per vista e due immagini al tramonto per la principale. Reilluminare una scena è una nuova immagine a tariffa piena, non un interruttore.
02 Quattro stagioni	Scelga la stagione in cui vende. Le varianti stagionali sono una seconda commessa, da ordinare quando la prima serie ha dato prova di sé.
03 Viste interne «per contesto»	Dica se sta vendendo gli interni. Se no, le tolga del tutto; sono una disciplina a parte, con un prezzo a parte.
04 Panorami, VR e animazione insieme alle immagini	Indichi l'unico formato in movimento che pubblicherà davvero, e dove. Ognuno è un prodotto a sé, con i suoi requisiti di modello.
05 Ogni prodotto modellato esattamente	Elenchi gli elementi che un acquirente riconoscerebbe per nome. Il resto può venire da una libreria e nessuno se ne accorgerà mai.
06 Contesto rilevato e verde reale	Dica se gli edifici vicini contano per la vendita. Un contesto rilevato costa molte volte un intorno generico.
07 «Revisioni illimitate»	Chieda un numero definito di round e definisca cos'è un round: un unico elenco di commenti consolidato, non ogni commento separato.
08 Diritti perpetui mondiali, partner inclusi	Indichi dove e per quanto tempo pubblicherà. Il resto lo compri più avanti, se un partner lo chiede.
09 Un budget senza perimetro	Indichi il budget e lasci che sia lo studio a dirle cosa ci sta dentro. Questa sola frase sostituisce gran parte del documento.

L'UNICA PAGINA

Cosa ci mandano davvero i brand

I clienti i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non mandano capitolati. Mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail, ed è sufficiente per fare un preventivo e iniziare.

01	L'edificio	Una riga, più disegni o un modello se li ha. Dica quale fa fede.
02	A cosa serve	Vendita, pratica edilizia, presentazione agli investitori, concorso. Decide le inquadrature.
03	Quante immagini	Un numero. Se non è sicuro, dica cosa pubblicherà e dove.
04	Quali viste contano	Le segni sulla pianta. Due minuti qui fanno risparmiare un round di revisioni.
05	L'ora del giorno	Una per vista. Indichi l'immagine principale, se c'è.
06	Cosa deve essere esatto	I prodotti, le finiture o gli arredi che un acquirente riconoscerebbe.
07	Il contesto	Se contano gli edifici vicini e il verde reale, o se basta un intorno generico.
08	Dove sarà pubblicato	Stampa, web, cartellone di cantiere, portale. Fissa risoluzione e diritti.
09	La data	Quella vera, non quella comoda.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. Non è una debolezza; è la via più rapida verso un perimetro adeguato.

Lo mandi incompleto

Un brief con tre di questi punti compilati vale più di uno completo scritto da un modello. Le risposte mancanti tornano come quattro domande, e quelle quattro domande sono la conversazione che decide il prezzo.

Usi il modello per la risposta

I modelli linguistici sono bravi a leggere un preventivo e a dire cosa manca. È la metà del lavoro che vale la pena affidare a loro.

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 quello che ha già

Piante, un modello, fotografie o una bozza di brief, nello stato in cui sono. Le risponderemo con perimetro, prezzo e le domande che li determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
Rendering esterni	maverickframe.com/it/servizi/rendering-esterni/
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.