



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Le idee FOOH muoiono sulla ripresa. **Una ripresa, 8 secondi.**

Il brief che decide se un finto spot out-of-home sembra vero: una ripresa, un'idea, otto secondi. Prezzato voce per voce contro la versione a tre idee che costa \$23.100.

DA DOVE PARTIRE

Sembra finto prima ancora che arrivi l'oggetto.

Uno spot FOOH funziona per un solo motivo: per un secondo, chi guarda crede che sia successo in una strada vera. Quella convinzione la decide il girato, non la CGI. Quando uno spot sembra finto, il problema raramente è l'oggetto. È la ripresa in cui è stato inserito, che non avrebbe mai potuto reggerlo.

Quasi tutti i brief FOOH descrivono l'idea nel dettaglio e il girato in una riga, spesso «footage di repertorio o quello che funziona». Così la ripresa viene scelta tardi, dopo l'approvazione del concept, e arriva mossa, con luce piatta, girata all'altezza sbagliata o già affollata. Tutto quello che segue è un tentativo di salvare un'inquadratura che non aveva spazio per l'idea.

DA COSA PARTE DI SOLITO IL BRIEF

COSA DECIDE SE SEMBRA VERO

01	Tre idee, nel caso una funzioni	Un'idea che si adatta a un luogo. Ogni idea richiede la sua ripresa, il suo oggetto e la sua simulazione.
02	Una storia di 30 secondi	Da otto a dieci secondi con una sola rivelazione. È ciò che la gente guarda e condivide.
03	«Va bene il repertorio»	Una ripresa girata per l'oggetto: stabile, ad altezza d'occhio, con spazio nell'inquadratura e luce coerente.
04	Tutte le piattaforme, tutti i formati	Si gira prima per il taglio più alto. Un 16:9 ricavato da un girato 9:16 raramente regge.

La ripresa è il brief.

Decida dove accade l'idea e faccia filmare bene quel luogo prima che qualcuno modelli qualsiasi cosa. Una buona ripresa rende credibile un oggetto qualunque; una cattiva fa sembrare incollato anche un oggetto perfetto.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Tre idee, 30 secondi, prezzate come da brief

Ecco un composito dei brief FOOH che abbiamo prezzato quest'anno, a tariffe da studio di fascia media. Le tariffe di animazione al minuto descrivono male questo lavoro: gran parte del costo sta nell'oggetto, nella simulazione e nell'integrazione con la ripresa, non nella durata.

	VOCE	BASE	TARIFFA STUDIO
01	Tre riprese di repertorio con licenza, tracciate e pulite	3 x \$900	\$2.700
02	Tre oggetti protagonisti modellati in scala urbana	3 x \$1.200	\$3.600
03	Una simulazione per idea: tessuto, liquido, vetro	3 x \$1.500	\$4.500
04	30 secondi illuminati e renderizzati, 720 fotogrammi	\$200 / s	\$6.000
05	Compositing: ombre, riflessi, grana	30 s	\$3.400
06	Cinque tagli per piattaforma	5 x \$300	\$1.500
07	Nuova ripresa e nuovo tracking dopo il primo fallimento	salvataggio	\$1.400
	Riprese, oggetti e simulazioni per tre idee		\$10.800
	Durata, compositing e tagli		+ \$10.900
	Il salvataggio		+ \$1.400
	Tre idee, 30 secondi		\$23.100
	Una ripresa, un'idea, otto secondi		\$7.000

Con \$7.000 si compra lo spot che la gente condivide.

Una ripresa tracciata \$900, un oggetto \$1.200, una simulazione \$1.500, otto secondi renderizzati \$1.600, compositing \$900 e tre tagli \$900. Non è la versione economica del brief lungo. È la versione che ha qualche possibilità di essere creduta.

RIGA PER RIGA

Cosa scrivere al posto del brief lungo

Riscriva queste nove righe e lo spot diventa insieme più corto, più economico e più convincente. Nessuna è un compromesso creativo; sono le condizioni alle quali il trucco funziona.

NEL BRIEF	COSA SCRIVERE INVECE
01 Tre concept tra cui scegliere	Scelga prima della produzione. Metta alla prova le idee con schizzi su una foto della strada; in quella fase non costano quasi nulla.
02 Una storia di 30 secondi	Una rivelazione in otto-dieci secondi, più un fotogramma fisso per il poster e la miniatura.
03 «Repertorio o quello che funziona»	Indichi il luogo. Se deve essere repertorio, ci mandi la clip prima di acquistare la licenza, non dopo.
04 Nessuna indicazione di ripresa	Camera ferma o movimento lento, ad altezza d'occhio o di telefono, 4K o superiore, lo spazio dell'oggetto lasciato vuoto nell'inquadratura.
05 Nessun riferimento di luce	Qualche secondo di una sfera grigia e di una cromata, oppure foto del luogo alla stessa ora.
06 L'oggetto come logo	Il file del prodotto o un campione fisico. Etichette vere, proporzioni vere, materiali veri.
07 «Deve diventare virale»	Dica cosa fa l'oggetto: atterra, cresce, si scioglie, avvolge, si schianta. Un verbo è già un brief.
08 Tutte le piattaforme	La piattaforma principale e il suo formato, poi i tagli che seguono. Si gira per il più alto.
09 Lancio la settimana prossima	La data vera. Tracking e simulazione hanno bisogno dei loro giorni; l'urgenza è metà del tempo per circa il 40% in più.

L'UNICA PAGINA

Cosa ci mandano davvero i brand per un FOOH

I brand i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non mandano presentazioni piene di concept. Mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail con una clip allegata, ed è sufficiente per fare un preventivo e iniziare.

01	L'idea	Una frase e un verbo: cosa appare, e cosa fa.
02	Il luogo	Una strada, una facciata, un monumento, un cartellone. Lo nomini o lo descrivi.
03	La ripresa	Il girato, se c'è; un video col telefono, se non c'è. Le diremo se può reggere l'idea.
04	Il prodotto	Un file 3D, la grafica del packaging o un campione.
05	La durata	Da otto a dieci secondi di default. Ci dica se serve di più.
06	La piattaforma principale	Dove esce lo spot, e in quale formato.
07	Gli altri tagli	Formati e durate che seguono la versione principale.
08	L'audio	Se lo fornisce Lei o lo curiamo noi.
09	La data	La data di lancio, non quella comoda.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida verso un perimetro adeguato.

Prima ci mandi il video col telefono

Dieci secondi girati col telefono nel luogo vero ci dicono più di un moodboard. Di solito entro un giorno possiamo dirle se il luogo regge l'idea, prima che qualcuno prenoti una troupe.

Tenga da parte la seconda idea

Un'idea scartata non è persa. Quando il primo spot è uscito e sa come ha funzionato, il secondo parte da una ripresa collaudata e da uno studio che conosce già il Suo prodotto.

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 la ripresa e l'idea

Riprese del luogo, un video della strada fatto con il telefono, un file del prodotto o un'idea in una riga, 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/
------------------------------	---

Pubblicità FOOH	maverickframe.com/it/servizi/fooh/
------------------------	---

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

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è co-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.