

Doporučení GS1 pro produktové fotografie

Doporučení GS1 Czech Republic pro náležitosti, které by měly splňovat produktové fotografie zasílané obchodníkům na českém trhu.

Release 1.0, Ratified, Duben 2024



Přehled dokumentu

Předmět dokumentu	Současný stav
Název dokumentu	Doporučení GS1 pro produktové fotografie
Datum	Duben 2024
Verze dokumentu	1.0
Téma dokumentu	
Status dokumentu	Ratified
Popis dokumentu	Doporučení GS1 Czech Republic pro náležitosti, které by měly splňovat produktové fotografie zasílané obchodníkům na českém trhu.

Příspěvatelé

Jméno	Organizace

Záznam změn

Verze	Datum změny	Změnil/a	Shrnutí změn
1.0	2.4.2024	Tomáš Tluchoř	Vytvoření první verze dokumentu

Disclaimer

GS1[®], under its IP Policy, seeks to avoid uncertainty regarding intellectual property claims by requiring the participants in the Work Group that developed this **Doporučení GS1 pro produktové fotografie** to agree to grant to GS1 members a royalty-free licence or a RAND licence to Necessary Claims, as that term is defined in the GS1 IP Policy. Furthermore, attention is drawn to the possibility that an implementation of one or more features of this Specification may be the subject of a patent or other intellectual property right that does not involve a Necessary Claim. Any such patent or other intellectual property right is not subject to the licencing obligations of GS1. Moreover, the agreement to grant licences provided under the GS1 IP Policy does not include IP rights and any claims of third parties who were not participants in the Work Group.

Accordingly, GS1 recommends that any organization developing an implementation designed to be in conformance with this Specification should determine whether there are any patents that may encompass a specific implementation that the organisation is developing in compliance with the Specification and whether a licence under a patent or other intellectual property right is needed. Such a determination of a need for licencing should be made in view of the details of the specific system designed by the organisation in consultation with their own patent counsel.

THIS DOCUMENT IS PROVIDED "AS IS" WITH NO WARRANTIES WHATSOEVER, INCLUDING ANY WARRANTY OF MERCHANTABILITY, NONINFRINGEMENT, FITNESS FOR PARTICULAR PURPOSE, OR ANY WARRANTY OTHERWISE ARISING OUT OF THIS SPECIFICATION. GS1 disclaims all liability for any damages arising from use or misuse of this Standard, whether special, indirect, consequential, or compensatory damages, and including liability for infringement of any intellectual property rights, relating to use of information in or reliance upon this document.

GS1 retains the right to make changes to this document at any time, without notice. GS1 makes no warranty for the use of this document and assumes no responsibility for any errors which may appear in the document, nor does it make a commitment to update the information contained herein.

GS1 and the GS1 logo are registered trademarks of GS1 AISBL.

Obsah

1	Úvod	4
2	Určení čelní strany produktu.....	5
3	Velikost a rozlišení fotografie	5
3.1	Velikost fotografie ve vysokém rozlišení	5
3.2	Velikost fotografie pro web	6
4	Odstranění vybraných údajů z obalu.....	6
5	Vlastnosti souboru (obrázku)	6
5.1	Barevný prostor	6
5.2	Formát souboru	6
5.3	Pozadí	6
5.4	Ořez	6
5.5	Ořezová cesta (clipping path)	7
5.6	Úhel pohledu (náhled na obrázek)	7
5.7	Další vlastnosti	7
6	Název souboru	7
6.1	Pravidla tvorby názvu souborů	8
6.2	Příklady názvů	9

1 Úvod

Tento dokument obsahuje doporučení organizace GS1 Czech Republic ohledně vlastností, které by měly splňovat produktové fotografie vyžadované od dodavatelů obchodními řetězci za účelem jejich využití k on-line prodeji. Doporučení jsou sestavena tak, aby vyhovovala požadavkům co největšího množství českých obchodníků a zároveň byla v souladu s mezinárodním standardem GS1 pro produktové fotografie¹.

Situace na českém trhu je v době vydání tohoto dokumentu nejednotná a požadavky na vlastnosti produktových fotografií se u jednotlivých obchodníků různí. Tento dokument se soustředí na vlastnosti, kde jsou požadavky sjednocené. U vlastností, které sjednocené nejsou, dokument popisuje požadavek většiny s tím, že upozorňuje na odlišnosti u některých obchodníků. Dodavatel by však měl vždy vycházet zejména z konkrétních požadavků svých obchodních partnerů.

Obchodníkům, kteří požadavky na produktové fotografie aktualizují, nebo vytvářejí poprvé, je doporučeno převzít jednotná a většinová doporučení z tohoto dokumentu. Cílem je, aby český trh těmito postupnými kroky dospěl k jednotným požadavkům na produktové fotografie. Tento stav dodavatelům umožní významné snížení náročnosti a nákladů na poskytnutí produktových fotografií v několika různých požadovaných formátech. Obchodníkům pak zajistí snazší přístup ke kvalitním produktovým fotografiím, jelikož je dodavatel bude mít k dispozici.

Tento dokument je pouhým doporučením. GS1 Czech Republic nenesе žádnou odpovědnost za případné škody způsobené použitím tohoto dokumentu. Dodavatelům je doporučeno si požadavky na produktové fotografie ověřit u svých obchodních partnerů.

¹ GS1 Product Image Specification Standard je k dispozici zde: <https://www.gs1.org/standards/gs1-product-image-specification-standard/current-standard>.

2 Určení čelní strany produktu

- Na produktové fotografii musí být zobrazena čelní strana produktu.
- K určení čelní strany produktu se používají stejná pravidla, která se pro určení čelní strany používají dle standardu GS1 pro měření produktů. Jejich stručný souhrn je k dispozici zde:
 - Čelní strana je obvykle strana s největší plochou, využívaná výrobcem pro prezentaci nejdůležitějších údajů, které podporují prodej produktu, jsou podstatné pro zákazníka a ovlivňují jeho rozhodování o koupi produktu (např. název, obchodní značka, logo výrobce atd.).



3 Velikost a rozlišení fotografie

Globální standard definuje dva základní typy produktové fotografie podle její velikosti:

- fotografie produktu ve vysokém rozlišení,
- fotografie produktu pro web (nižší rozlišení).

Informaci o typu fotografie lze zjistit z názvu souboru – viz kapitola 6.1. V obou případech je požadované **rozlišení fotografie 300 ppi**.

Situace na českém trhu je nejednotná. Doporučená velikost vyhovující největšímu počtu obchodníků je **fotografie produktu ve vysokém rozlišení** definovaná v kapitole 3.1. Pokud obchodník upravuje své systémy a mění požadavky na produktové fotografie, doporučuje se přechod na tuto velikost. Postupem času by se takto požadavky na českém trhu měly sjednotit.

Někteří obchodníci aktuálně vyžadují druhý typ fotografie (pro web). Na trhu jsou zároveň minimálně dva obchodníci pracující s fixním čtvercovým rozměrem fotografie. Požadovaný rozměr těchto čtvercových fotografií je:

- 2 000 x 2 000 px,
- 2 400 x 2 400 px, přičemž prostor mezi okrajem plátna a produktu (ořez) musí být 150 px.

Vzhledem k aktuální situaci na českém trhu je dodavatelům doporučeno se primárně řídit pokyny (specifikacemi) svých obchodních partnerů.

3.1 Velikost fotografie ve vysokém rozlišení

- Doporučený rozměr každé strany fotografie je v rozmezí **2 401 px až 4 800 px**.
- Doporučená maximální velikost fotografie je 20 MB.

3.2 Velikost fotografie pro web

- Dle globálního standardu GS1 je doporučený rozměr každé strany fotografie v rozmezí 900 px až 2 400 px.
- V prostředí českého trhu je doporučeno rozmezí **1 000 px až 2 000 px**, které vyhovuje většímu počtu obchodníků.
- Doporučená maximální velikost fotografie je 7 MB. V zájmu dodržení maximální velikosti fotografie lze snížit její rozlišení až na 150 ppi.

4 Odstranění vybraných údajů z obalu

Z produktové fotografie jsou odstraněny (vyretušovány):

- šarže a veškeré datumy (např. datum trvanlivosti/spotřeby),
- nálepky se slevou.

5 Vlastnosti souboru (obrázku)

5.1 Barevný prostor

- Barevný prostor fotografie musí být ECI RGB v2.

5.2 Formát souboru

- Většina oslovených obchodníků používá **PNG** – tento formát je tedy doporučen jako preferovaný.
- Situace na českém trhu je nejednotná. Dodavatelé by tudíž měli mít produktové fotografie k dispozici ve dvou formátech: **PNG a JPG/JPEG**.

5.3 Pozadí

- Fotografie ve formátu JPG/JPEG musí mít **bílé** pozadí (RGB 255/255/255).
- Fotografie ve formátu PNG musí mít **transparentní** pozadí.

5.4 Ořez

- Většina oslovených obchodníků akceptuje těsný ořez 0 px (viz levý obrázek). Jedná se tedy o preferovaný způsob.
- Někteří obchodníci vyžadují ořez zpravidla 1 až 5 px (viz pravý obrázek). Produkt by měl být v takovém případě umístěn do středu fotografie.
- Někteří obchodníci vyžadují konkrétní rozměry fotografie (například čtvercový formát) a ořez na některých stranách tudíž může být výrazně větší než 5 px – viz kapitola 3.



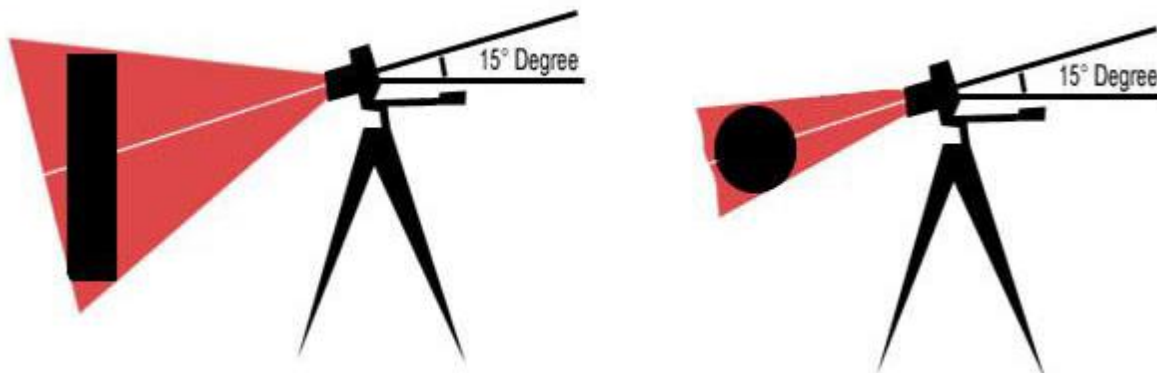
5-1: Těsný ořez (vlevo) vs. ořez s mezerou x px (vpravo).

5.5 Ořezová cesta (clipping path)

- K fotografiím ve formátu **JPG/JPEG** musí být připojena právě jedna aktivní a přesná **ořezová cesta** (clipping path) - používá se k vyříznutí obrazu produktu, aby bylo možné skrýt nebo vyměnit jeho pozadí.
- Pro podporu hromadného zpracování fotografií musí být ořezová cesta nazvaná „Path 1“.
- nesmí být použito více než 10 000 ořezových bodů.

5.6 Úhel pohledu (náhled na obrázek)

- U běžných produktů musí být úhel při focení z nahledu či z boku 15 °.
- Při focení z nahledu může být u specifických produktů tento úhel i větší, aby fotografie vypadala dobře – např. u produktů ve tvaru úzkých vysokých válců.



5.7 Další vlastnosti

- Produkt by na fotografii měl být zobrazen bez stínů.

6 Název souboru

Název souboru by neměl přesahovat velikost 32 znaků (včetně přípony). Typický název je však kratší, například **08594182500554_C1L1.png**. Více příkladů včetně obrázků je k dispozici v kapitole 7.2 Příklady.

Do názvu souboru lze uložit následující základní informace o fotografii:

- GTIN daného produktu,
- typ fotografie,

- která strana produktu byla vyfocena,
- úhel pohledu,
- zda byl produkt nafocen v balení či bez.
- Globální standard GS1 umožňuje vložit i další rozšířené údaje, se kterými se však na českém trhu momentálně nepracuje.

6.1 Pravidla tvorby názvu souborů

- **GTIN produktu** (ve tvaru GTIN-14) se v názvu vždy uvede jako první: např. 08594182500554_C1L1.png (1.-14. pozice v názvu souboru).
- **Typ fotografie** je v názvu souboru indikován specifickými písmennými zkratkami (uváděn na 16. pozici v názvu souboru):
 - A = Fotografie produktu pro web (nižší rozlišení),
 - C = Fotografie produktu ve vysokém rozlišení,
 - L10 = fotografie etikety s pokyny pro bezpečné zacházení.
- **Vyfocená strana produktu** je v názvu souboru indikována specifickými číselnými zkratkami (uváděno na 17. pozici v názvu souboru):
 - 0 = neplatné,
 - 1 = čelní strana,
 - 2 = levý bok,
 - 3 = vrchní strana,
 - 7 = zadní strana,
 - 8 = pravý bok,
 - 9 = spodní strana.

Na českém trhu se zpravidla používá pouze kód 1 (zepředu).

- **Úhel pohledu** (vzhledem k zobrazené straně produktu) je v názvu souboru indikován specifickými písmennými zkratkami (uváděn na 18. pozici v názvu souboru):
 - (C) = středový s nadhledem,
 - (L) = levý,
 - (R) = pravý,
 - (N) = středový bez nadhledu.
- **V jakém balení byl produkt nafocen** (v balení či bez) indikují specifické číselné a písmenné zkratky (uváděno na 19. pozici v názvu souboru):
 - (1) = v balení,
 - (0) = mimo balení (produkt, který je dodáván mimo balení – nikoli vybalený produkt),
 - (A) = karton/krabice (jak ji odběratel obdrží při dodání),
 - (B) = vnitřní balení,
 - (C) = produkt v syrovém stavu (produkt, který nebyl ještě zpracován, nebo který je nutné před konzumací uvařit/zpracovat),

- (D) = produkt ve stavu připraveném ke konzumaci (produkt, který byl ze syrového stavu změněn na konzumovatelný dodržáním pokynů k jeho přípravě).
- (P) = Paleta či stojan

Na českém trhu se zpravidla používá pouze kód 1 (v balení) či kód 0 (mimo balení).

6.2 Příklady názvů

Obrázek níže ilustruje příklad názvu png fotografie ve vysokém rozlišení pro produkt v obalu s GTINem 08594182500554. Mění se tedy pouze 18. znak v závislosti na úhlu pohledu.



08594182500554_C1L1.png



08594182500554_C1R1.png



08594182500554_C1C1.png



08594182500554_C1N1.png