

Zalecenia dotyczące sesji fotograficznych (stan na 05/15)

Uzupełnienie do profilu wymagań: www.markant.com/ap1a-pl

Jakość obrazu

Przed wykonaniem zdjęcia wybór wzoru produktu powinien odbywać się bardzo skrupulatnie.

Należy pamiętać o tym, aby wzory były czyste i bez uszkodzeń, nie było na nich załamania, rys, odcisków palców lub naklejonych etykiet itp. Ponadto wzory powinny być także typowe dla danego produktu, tak aby uśrednione i zmierzone wartości spełniały wymogi producenta. Jeśli wzory są dostarczane pocztą lub przesyłką, powinny być odpowiednio zabezpieczone i nie wolno ich uszkodzić podczas rozpakowywania.

Widok produktu od przodu jest punktem wyjścia dla wszystkich kolejnych obrazów.

Przód opakowania jednostkowego to strona o największej powierzchni, która jest wykorzystywana przez producenta do przedstawienia zalet produktu konsumentowi, tzn. na przykład strona z nazwą produktu.

- ▶ Brak kanału (kanałów) alfa/warstw (poziomy).
- ▶ Brak linii i linii pomocniczych.
- ▶ Brak pęcherzy lub stref jasnych i ciemnych.
- ▶ Brak funkcji transferu lub zarządzania kolorami Post-Script.
- ▶ Brak wyłóceń.
- ▶ Brak odcisków palców i widocznych znaków wodnych
- ▶ Brak zagięć na produktach.
- ▶ Brak interpolacji (powiększenie).
- ▶ Brak skanowania wydrukowanych stron.
- ▶ Brak oznak pyłu i zarysowań.
- ▶ Brak cienia.
- ▶ Minimalizacja efektu mory.
- ▶ Brak danych dot. rocznika (np. wino).
- ▶ Brak informacji specyficznych dla produktu, jak np. okres trwałości lub partii.
- ▶ Brak etykiet danego produktu, tzn. etykiet, które zawierają numer kontrolny lub okres ważności, jak np. certyfikatów.
- ▶ Zaleca się udostępnienie użytkownikowi etykiet jako oddzielnych plików grafiki.
- ▶ Niewielka liczba odbić światła.
- ▶ Brak przedstawienia stosunków wielkości na poziomie pojedynczego artykułu.
- ▶ Wszystkie produkty są przedstawione na neutralnym tle. To oznacza, że produkt musi zostać wyizolowany z tła, którego kolor ustawiany jest jako biały. Rekwizyty, środki pomocnicze, osoby lub dodatkowe przedmioty także nie mogą pojawić się na zdjęciu produktu. Wyjątki istnieją dla artykułów grupy NonFood, w przypadku których nie wystarcza jeden obraz.



Zdjęcie **optymalne**



Zdjęcie **wybrakowane**