



1. Требования к текстовому материалу

Для верстки каталога используется текстовый материал из Регистрационного листа, входящего в состав Анкеты на товар, а именно:

1. Наименование конкурсного товара (номера ГОСТ и ТУ при подготовке материалов для каталога Дирекция переносит в рекламный текст);
2. Полное название предприятия (организационно-правовая форма приводится в каталоге в кратком виде, т.е. ОАО, ЗАО, ФГБУ, ИП и т.п.);
3. Адрес предприятия;
4. Контактные реквизиты предприятия;
5. Информационно-рекламный текст для каталога.
 - Текст включает описание потребительских свойств, преимущества, конкурентоспособность конкурсного товара.
 - Объем текста должен быть НЕ МЕНЕЕ 100, и не более 500 включая пробелы и служебные символы.

Если в текстовом материале используются греческие буквы или специальные знаки (например, значок диаметра), пожалуйста, ставьте в скобках после знака его название на русском языке: Ø (диам.), чтобы они не потерялись при считывании информации из анкеты.

2. Требования к иллюстративному материалу

- а) В каталоге размещается изображение продукции/услуги или коллаж.
При предоставлении большого количества фотографий право их выбора остается за Дирекцией Программы.
- б) Состав иллюстративного материала:
 - На фотографии должны быть представлены товары только из ассортиментной группы или каждый товар ассортиментной группы должен быть на отдельной фотографии;
 - **УБЕДИТЕЛЬНАЯ ПРОСЬБА:** если Вы хотите редактировать свои фотографии сами, доверьте это профессионалам. Если не уверены в своих силах, – доверьте это нам. Сложно работать с фотографией, если она испорчена. Например, при вырезке отдельных объектов из общей фотографии края объекта должны быть аккуратными – не рваными и не зарезанными;
 - Объекты белого цвета желательно размещать на фоне, отличном от белого. Например, бутылки с молоком или водой на белом фоне сливаются с ним.
- в) Форма представления иллюстративного материала:
 - ТОЛЬКО в электронном виде на CD или DVD дисках, флеш-картах в соответствии с требованиями пункта д).
 - Название файла должно содержать наименование товара.

Фотографии маркируются на оборотной стороне наименованием предприятия и конкурсного товара.

- г) Электронный вид:
 - Растровое изображение;
 - Формат TIFF (без компрессии);

- Разрешение не менее 300 dpi;
- При съемке на цифровой фотоаппарат, на нем должно стоять разрешение не ниже 1200x1800 пикселей;
- При наличии желательно предоставлять файл в формате PSD с несведенными слоями;
- Изображение не должно содержать надписей, логотипов ЭЛЕКТРОННЫХ АДРЕСОВ и торговых марок заявленной продукции, не входящих в состав этикеток и т.п., наклеенных на продукцию.
- НЕ ПРИНИМАЮТСЯ:
 - Фотографии, вставленные в текстовый редактор (например Word, PowerPoint);
 - Видеоматериалы.

В целях быстрого контроля качества предоставляемого иллюстративного материала может быть использован размер подготовленного файла:

- Для формата PSD (PhotoShop):
 - в файле содержится только изображение товара без фона («обтравленное») – минимальный размер файла 4,0 Mb;
 - в файле содержится изображение товара с фоном – минимальный размер файла 4,8 Mb.
- Для формата TIF, TIFF, JPG минимальный размер файла 4,42 Mb

3. Логотипы, торговые марки

Логотипы и торговые марки, вставленные в текстовый редактор, ксерокопии НЕ ПРИНИМАЮТСЯ.

- Векторный вид. Весь текст в изображении должен быть переведен в кривые.
- Растровый вид
 - Формат TIFF (без компрессии).
 - Разрешение не менее 300 dpi.
 - Размер не менее 2 см по меньшей стороне.

При наличии желательно предоставлять файл в формате PSD с **несведенными слоями**. При этом слои, содержащие текст, должны быть растрованы.

4. Критерии отбора иллюстративного материала.

Фотографии должны:

1. Ясно отображать товар, представляемый на Конкурс;
2. Если представлена ассортиментная группа (2–4 товара), то они должны быть на **ОДНОЙ** фотографии
3. Быть правильно скомпонованы, т.е. центральным объектом на них должен быть представленный товар;
4. Четкими (не смазанными);
5. Товар должен быть как можно более крупным, т.к. увеличение изображения товара при обработке фотографии влечет за собой потерю качества изображения этого товара.

Затемненные или засвеченные фотографии, с искажением цвета или очень плохого качества не допустимы.

Пример отбора фотоматериалов для каталога

При отборе фотографии (jpg или png) необходимо два раза кликнуть по ней, чтобы она открылась в окне программы просмотрщика, изображение должно занимать приблизительно две трети пространства. На *рис. 1* фото маленького размера 130 Kb, *рис. 2* фото 10 Mb



Рис. 1



Рис. 2

Далее представлен пример (*рис. 3*) фото при просмотре его в режиме «список» на вашем компьютере с минимальными необходимыми размерами, с расширением tif или psd, когда нет возможности посмотреть ее в просмотрщике.

При этом на мониторе вы видите физические размеры изображения (длина x высота в пикселях) – на *рис. 3* они заключены в красную рамку и электронный «вес» изображения – на *рис. 3* он заключен в синюю рамку.

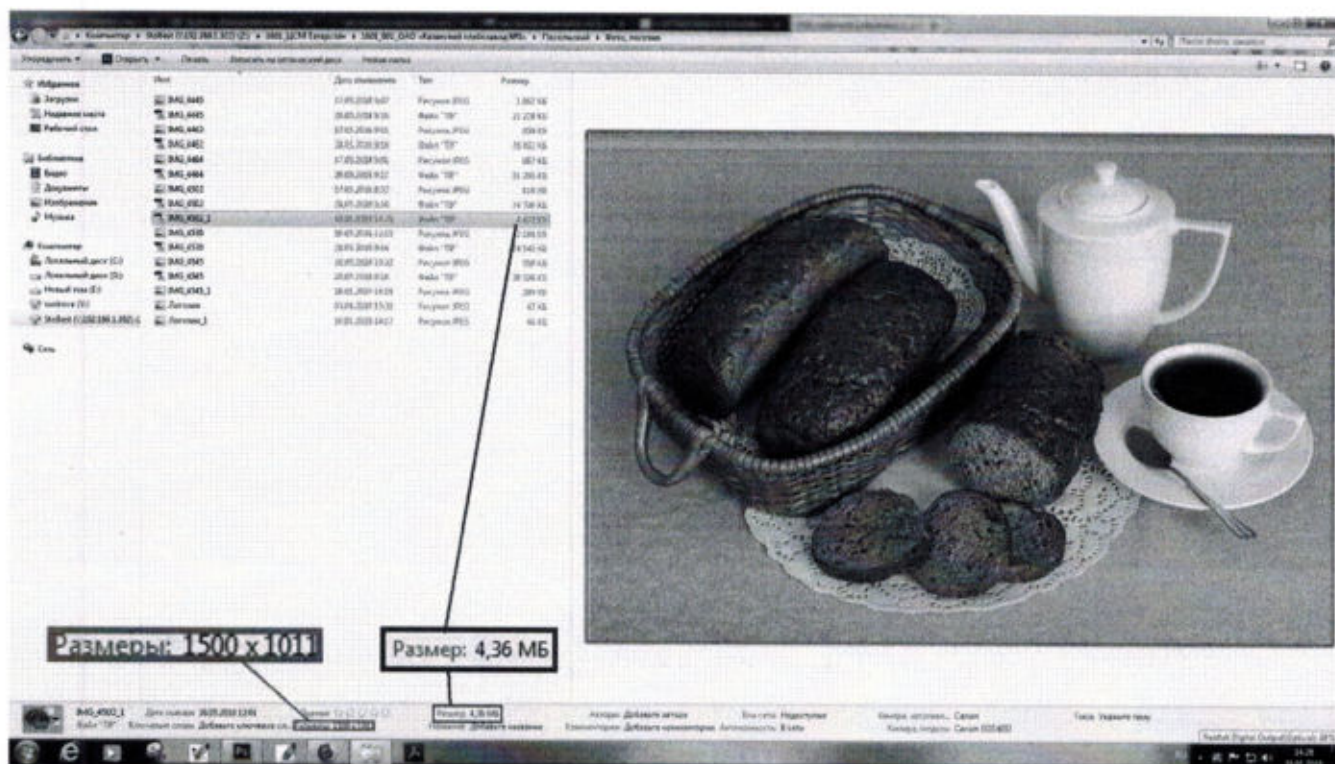


Рис. 3

Для полного понимания физических размеров этого фото на *рис. 4* представлен ее вид при просмотре в программе PhotoShop где ее размеры составляют 12,7х8,56 см, разрешение 300 пикселей на дюйм эти размеры обведены желтой рамкой.

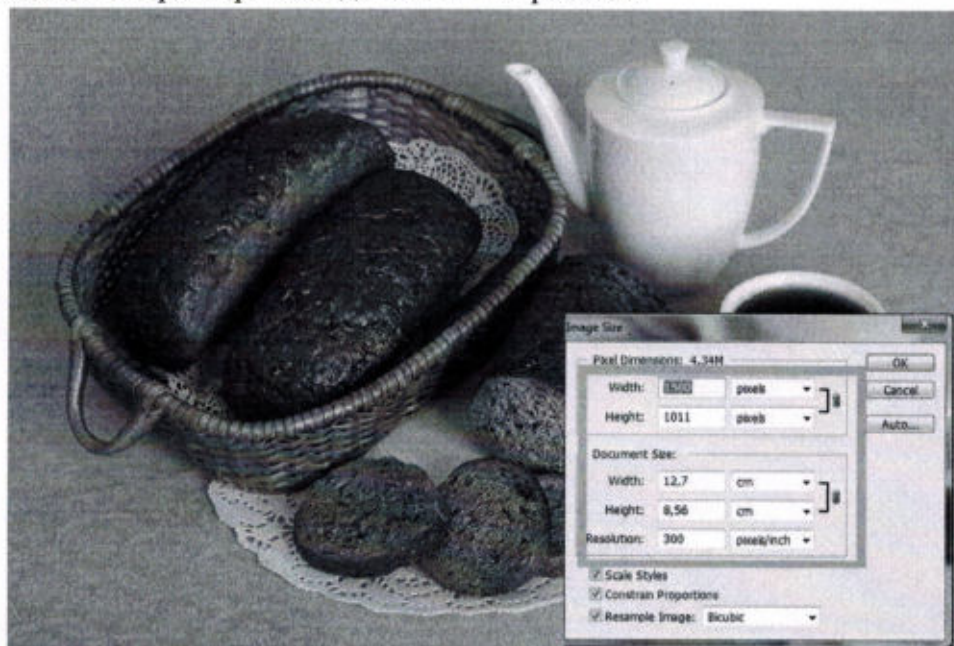


Рис. 4

5. Советы как получить хорошую фотографию

Освещение:

- Никогда не фотографируйте «против света»;
- Фотографируйте объект при хорошем освещении;
- При съемке в помещении свет должен быть рассеянным (свет из окна, верхнее освещение помещения), а не направленным.
- Для съемки на улице лучше всего подходит обычный ясный день;
- Ближущие объекты фотографируйте без вспышки.

Композиция и центр:

- Объект должен быть «в центре внимания»;
- В окружении фотографируемого объекта не используйте предметы ярче объекта;
- Не используйте в качестве фона бархатные и мятые ткани;
- Не используйте в композиции цветочные горшки. Цветы лучше смотрятся в вазе или просто лежащими на поверхности.

Если имеется только бумажный вариант фотографии, направляйте именно ее, а не отсканированный вариант.

ВНИМАНИЮ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОМИССИЙ ПО КАЧЕСТВУ!!!

Вся информация, представленная предприятиями, записывается региональной комиссией по качеству на один CD или DVD диск или флеш-карту в 2-х экземплярах, в папках по наименованию предприятия. Если у предприятия несколько товаров/услуг, то они записываются в одну папку с наименованием предприятия.

Важно! Проконтролировать соответствие текстового материала представленным фотографиям заявленной продукции.

Будем рады ответить на все вопросы по ИЛЛЮСТРАТИВНОМУ материалу!

Ивашкова Виктория Юрьевна, тел.: (499) 236-35-84 доб. 301

Сурикова Галина Ильинична тел.: (499) 236-35-84 доб. 302