

tradesolution



Mediastore

KRAV TIL PRODUKTBILDER OG PRODUKTEIER DAGLIGVARE



Tradesolution © 2025

Dokumentversjon 2.5

Copyright © Tradesolution AS

Med forbehold om feil

Innhold

Innledning	4
Beskrivelse av løsningen	4
Aktører og roller	4
Bruksrett og copyright.....	5
Viktige definisjoner	5
Produktbilder	5
Space- og markedsbilder.....	5
Bildesett	6
Produkter, bildevinkler og bildesett.....	7
Hva er et produkt i MediaStore?.....	7
Hvordan finne produktets forside (front)?.....	7
Måleregler.....	8
Forbrukerpakning.....	8
Front vs. presentasjon av produktet i butikk	10
Identifisering av produktets sider og kameravinkler	11
Kameravinkel	11
Kombinasjon av side og kameravinkel	11
Godkjente bildesett til basis	12
Flersidige produkter	12
Flersidige liggende produkter	14
Tosidige produkter.....	16
Sylindersidige produkter	18
Bildesett til Mellom1	20
Fysiske krav til produktbildene.....	21
Clipping path/Beskjæringsbane.....	21
Bildestørrelser for mellom1	22
Cropping	22
Filformat og fargemodus.....	22
Visuelle krav til produktbildene	22
Sjekkpunkter for visuelle krav.....	22

1. Bildebakgrunn og skygger	22
2. Bildeskarpheit/fokus	22
3. Belysning og farge	23
4. Kanter	23
5. Retusjering	24
Krav til grafiske bilder	24
Grafisk fremstilt bilde	24
Bildevinkler og bildesett	24
Fysiske krav til grafiske bilder	24
Visuelle krav til grafiske bilder	24
Krav til Mobile Friendly Hero Images	24
Krav til Berikede bilder	25
Midlertidig bilde	26
Tidsfrister og omfang av produkter	27
Nyheter	27
Produktene det skal tas bilde av Tradesolution Fotostudio	27
Priser Tradesolution MediaStore 2.0 og Fotostudio	28
Priser Tradesolution MediaStore	28
Priser Tradesolution Fotostudio	28
Endringslogg dokument	28

Innledning

Dette dokumentet beskriver hva som menes med produktbilder og hvilke krav som stilles til bildene og produkteier for å få lastet opp og godkjent bildene i Tradesolution MediaStore.

Det er produkteier/vareeier som er ansvarlig for at produktbildene gjøres tilgjengelig etter kravene i dette dokumentet.

Beskrivelse av løsningen

Tradesolution MediaStore (heretter TMS) er en nasjonal mediedatabase for aktørene i dagligvarebransjen som skal samle medieinnhold som deles/benyttes av flere enn én aktør i varekjeden. Medieinnholdet skal bl.a. benyttes til utforming av salgs- og markedsføringsmateriell og løsninger i B2C og B2B. I tillegg omfattes også bl.a. bilder av produkter som benyttes i space management og store planning.

Aktører og roller

Med aktører i dagligvarebransjen menes alle parter som er direkte involvert i vareflyten, tradisjonelt gruppert i følgende roller; Produkteiere/vareeiere (leverandører), grossister og detaljistkjeder.

Løsningsmodell

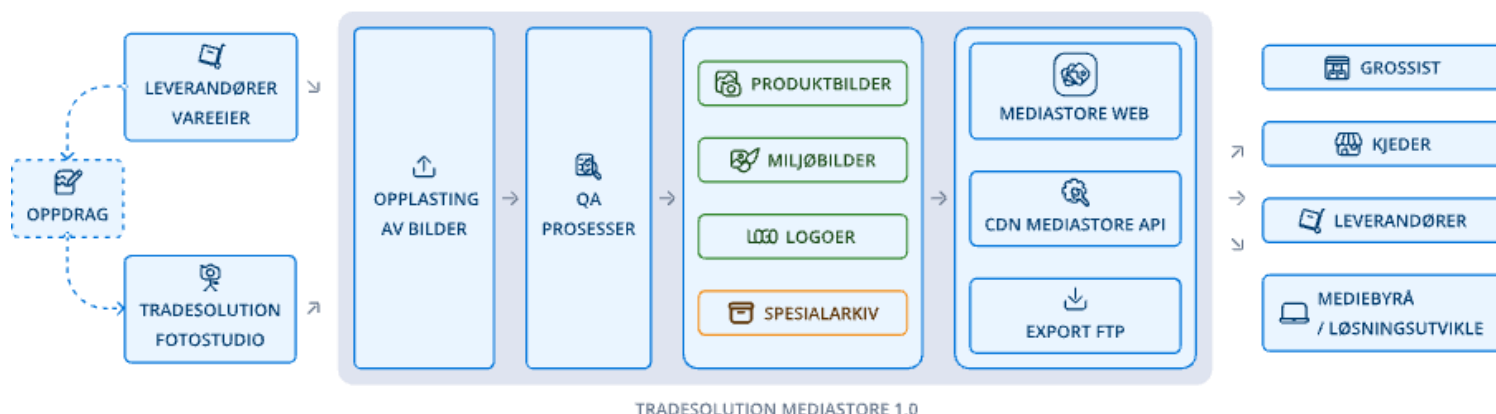
TMS baseres på at vareeier er ansvarlig for at nødvendig medieinnhold er gjort tilgjengelig via løsningen.

Merk: Kravene til hva som til enhver tid skal være tilgjengelig medieinnhold bestemmes av bransjen i fellesskap og Tradesolution (Tradesolution er eid av bransjeaktørene).

Medieinnholdet lastes opp av vareeier eller Tradesolution (på oppdrag av vareeier). Alt medieinnhold skal kvalitetssikres i (heretter QA) hos Tradesolution før medieinnholdet gjøres tilgjengelig for andre aktører i TMS (se modell).

QA prosessen skal sikre at bildene har korrekte fysiske og visuelle krav. Det er bl.a. krav til bildestørrelse, fargerom, at bildet er knyttet til korrekt produkt i EPD basen og at de visuelt sett er gode nok. Blir et bilde underkjent i ett eller flere steg i QA prosessen blir bilde ikke gjort tilgjengelig i TMS og bilde blir sendt i retur med en forklaring.

Figuren viser aktørene og hovedfunksjonene i TMS:



Bruksrett og copyright

Det er produkteier som laster opp bildene i TMS som er ansvarlig for at nødvendige bruksretter og copyrightrettigheter er til stede for bildene. Det etableres eget dokument som knyttes til avtaleverket for TMS som definerer disse forholdene. Dette dokumentet er ikke ment å avklare juridiske forhold rundt bildene.

Viktige definisjoner

Produktbilder

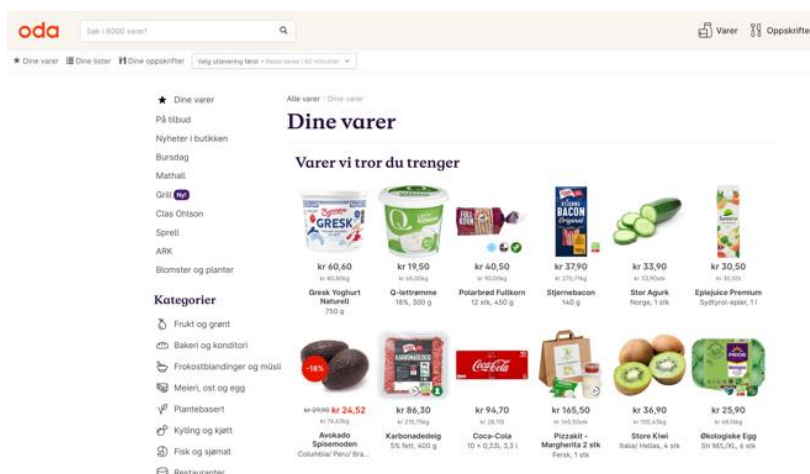
Et produktbilde er et fotografi eller grafisk bilde av et produkt slik det fremstår i presentasjonen av produktet i salgsøyeblikket. Dette er normalt bilde av forbrukerpakningen (heretter basis) i egen emballasje. Distribusjonspakninger (heretter mellom1) som er hylleklare skal også ha egne produktbilder.

Space- og markedsbilder

Bildene i MediaStore skal benyttes både til space og i salgs-/markedsføringsformål. I space management benyttes bildene til å lage planogram, bygge butikkhyller og butikksskisser.

Salgs- og markedsbilder benyttes i all form for markedsføring av produktene. Dette kan være markedskanaler som kundeaviser, netthandel, apps og plakater/bannere.

Eksempler på markedskanaler hvor produktbilder benyttes:



Eksempler på produktbilder brukt til spaceformål:



Bildesett

Ett bildesett skal dekke alle bildene som benyttes til space management, salg og markedsføring.

Det skal tas bilder av flere av sidene til et produkt. Forsiden av produktet skal også ha egne bilder hvor kameraet vinkles med angitte vinkler for å få frem en «3D effekt» av produktet. Et bildesett består av alle bildene som kreves av sidene til produktet. Kravet til hvilke bildevinkler som danner et godkjent bildesett kan være forskjellig ut ifra hvordan produktene fremstår/pakningsformatet. Hvilke bildevinkler som kreves pr produkt defineres i avsnittet «Produkter, bildevinkler og bildesett».

Kravet til bildevinkler som skal inngå i et bildesett for salgs- og markedsbilder og space-bilder, er gjort i samråd med space- og markedsavdelingene hos NorgesGruppen, Coop, Rema.

Kravene til et godkjent bildesett vil kunne endre seg over tid og påvirkes av når nye krav til bruk og bruksområder oppstår i bransjen.

Eksempel på et bildesett av et flersidig produkt med alle obligatoriske vinkler:



Merk: Bildevinkelen 1R, 1C og 1L blir ofte referert til som markedsbilder. De øvrige vinklene blir ofte referert til som «spacebilder». Ofte benyttes også vinkel 1N i markedsføringssammenheng. Denne bildevinkelen refereres da ofte til som både space- og markedsbilde.

Produkter, bildevinkler og bildesett

Hva er et produkt i MediaStore?

Et produkt er summen av alle pakningene (basis, mellom1 og topp) og identifiseres med et EPD-nummer. Hvert pakningsnivå er identifisert med et GTIN nummer.

Hvordan finne produktets forside (front)?

Det er essensielt at alle har en felles forståelse av hva som er de ulike facingene til en pakning. Dette er spesielt viktig for de som jobber med space og bygger butikkhyller, men også viktig i markedsføringssammenheng da man ofte setter flere produkter innenfor hver kategori sammen. Med forskjellig oppfattelse av hva som er forsiden til et produkt blir det konflikter i systemene som benytter bildene.

Utgangspunktet er at man alltid finner «forsiden» til pakningen man skal laste opp eller ta bilder av. Forsiden av et produkt bestemmes av definerte regler. Du kan lese mer om målereglene: [«Målereglene for produkter»](#).

Alle bildevinkler (facing) i TMS bestemmes ut ifra at man finner korrekt forside til produktet. De øvrige bildevinklene gir da seg selv. Summen av alle bildevinklene danner et bildesett på pakningen.

QA prosessen vil ha endelig beslutningsmyndighet når det gjelder å definere forsiden til et produkt.

Målereglene

Nedenfor er et utdrag fra avsnittet «Målereglene for produkter» i Brukerveiledning til EPD som viser prinsippet for hvordan man finner forsiden/front på produkter:

Det er svært viktig at alle aktører definerer bredde, dybde og høyde på samme måte. Målereglene for forbrukerpakning og detaljistpakning er forskjellige:

“Er Forbrukerpakning” = JA

Måles pakningen som en
forbrukerpakning.

“Er forbrukerpakning” = NEI

Måles pakningen som
detaljistpakning/mellom1.

Derfor er det utarbeidet målereglene, slik at det ikke skal levnes noen tvil om hvordan bredde, dybde og høyde defineres for pakningen.

Forbrukerpakning

Starte med å definere hva som er produktets front. Spesifisering av siden som er designet som front er avgjørende for definering av høyde, bredde og dybde.

Fronten er den siden med det største overflatearealet som er lagd for å «selge» produktet til forbruker, det vil si den siden som inneholder produktnavnet, varemerket og øvrig produktinformasjon.

Hvis et produkt har to eller flere fronter så velges den største siden. Hvis to fronter er like store velges den stående siden som front. Under følger flere eksempler på hva som er produktets front:



En rekke varer produseres med flere mulige front/facinger (orientering av merke-/produktnavn er slik at de kan presenteres både horisontalt og vertikalt i butikkhyllen.) Se eksempelet nedenfor, hvor fronten med høyeste side i forhold til teksten er korrekt front.



Korrekt front ✓



Feil front ✗

Front vs. presentasjon av produktet i butikk

Fronten må ikke forveksles med den endelige posisjoneringen eller presentasjonen av et produkt i butikkhyllene. Man må derfor være klar over at produktets front ikke nødvendigvis er den siden som vil bli presentert i en butikkhylle.

Eksempel: Figuren viser et produkt med to fronter hvor riktig front er markert.



Markedsbilde front 1N

I dette tilfellet er lokket største front



Topp 3N

Essensielt bilde av skålprodukter for space



Venstre 2N



Høyre 8N



Bak 7N



Markedsvinkel venstre 1L



Markedsvinkel senter 1C



Markedsvinkel høyre 1R

Merk: Ved opplasting av produktbilder til TMS er det svært viktig at korrekte vinkler (bildevinkler) av produktet benyttes. Ved opplasting av produktbilder som ikke tilfredsstiller kravene vil disse returneres.

Identifisering av produktets sider og kameravinkler

Ett bildesett består av kombinasjonen av antall vinkler man tar bilde av og kameravinkelen som benyttes.

Definisjonen av hvordan man finner og setter navn på sidene til et produkt er hentet fra GS1 sin standard for identifisering og navngivning av bildevinkler til produktbilder (summen av krav til markedsbilder og spacebilder for dagligvareprodukter). Standarden danner grunnlaget for hvordan de ulike bildevinklene identifiseres i TMS.

Kameravinkel

Det er svært viktig at produktbildene tas med korrekt kameravinkel. Produktbildene skal både tas med kameravinkel 90 grader rett mot produktet og med utvalgte vinkler for 3D-effekt. Det er kun bilder av front hvor man skal ta bilder med 3D-effekt.

For å få 3D-effekt skal kamera vinkles slik at venstre og høyre side av produktene vises, samt sentrert. I tillegg skal man også vinkle kamera ovenfra eller nedenfra produktet. **Hvilke vinkelkombinasjoner som skal benyttes avhenger av produktets pakningsformat og design. Klassifisering av dette og beskrivelse av vinkelkombinasjonen beskrives i detalj i avsnittet «Godkjente bildesett til basis».**

MERK: Kameravinkel for sidevinkelene fra venstre (1L) og høyre (1R) skal ha 25 graders vinkel mot produktet.

Kombinasjon av side og kameravinkel

Et bildesett *kan* ha følgende kombinasjoner av sider og kameravinkler:

- 1N** Forside/front med kameravinkel 90 grader
- 2N** Venstre side med kameravinkel 90 grader
- 3N** Topp med kameravinkel 90 grader
- 7N** Bakside med kameravinkel 90 grader
- 8N** Høyre side kameravinkel 90 grader
- 9N** Bunn kameravinkel 90 grader
- 1C** Forside med 3D-effekt (se «Godkjente bildesett til basis»)
- 1L** Venstre side med 3D-effekt (se «Godkjente bildesett til basis»)
- 1R** Høyre side med 3D-effekt (se «Godkjente bildesett til basis»)

Godkjente bildesett til basis

Alle produkter i EPD-basen skal ha et godkjent bildesett på basis.

Merk: Kravet til hvilke sider det skal være bilder av og hvilke vinkelkombinasjoner til kamera som skal benyttes for å danne et godkjent bildesett avhenger av hvordan pakningen/produktet fremstår (pakningsformat). Basis klassifiseres etter følgende grupper av pakninger:

- Flersidig
- Flersidig liggende
- Tosidig
- Sylindersidig

Der hvor det eventuelt oppstår uenighet om hvor et produkt skal plasseres i forhold til disse gruppene har Tradesolution endelig avgjørelse.

Merk: Det er selvsagt lov til å laste opp flere bildevinkler på et produkt enn det som er definert som obligatorisk, men korrekte kameravinkler skal benyttes.

Flersidige produkter

En flersidig basis har tydelige adskilte og selvstendige sider og fremstår som en tredimensjonal pakning. Dette er typisk en eske eller boks. Hver side fremstår med egne sideelementer/informasjonsider.

Regel 1: Alle produkter med selvstendige sider skal klassifiseres som flersidig uavhengig av dybden

Regel 2: Produkter som ikke har selvstendige sider, men som har mer enn 2,5 cm dybde skal også klassifiseres som flersidig. (Se også klassifisering av tosidige produkter.)

Eksempler på flersidig basis:



For en flersidig basis inngår følgende bildevinkler for å dekke minimumskravet:

- 1N** Forside/front (90 grader)
- 2N** Venstre side (90 grader)
- 8N** Høyre side (90 grader)
- 7N** Bakside (90 grader)
- 3N** Topp (kun ved behov/informasjon på toppen) (90 grader)
- 1C** Forside med 3D-effekt (kameravinkel ovenfra 15 grader)
- 1L** Venstre side med 3D-effekt (kameravinkel ovenfra 15 grader)
- 1R** Høyre side med 3D-effekt (kameravinkel ovenfra 15 grader)

Merk: Det er mulig å laste opp flere bilder i bildesettet enn det som minimum kreves, men kravene til bildevinklene skal følges. Ved foto hos Tradesolution vil det gjøres en vurdering hvorvidt topp er relevant eller ei.

Figuren viser bildesett basis med alle obligatoriske vinkler for flersidig basis



Markedsvinkel front 1N



Bakside 7N



Markedsvinkel venstre 1L



Markedsvinkel senter 1C



Markedsvinkel høyre 1R

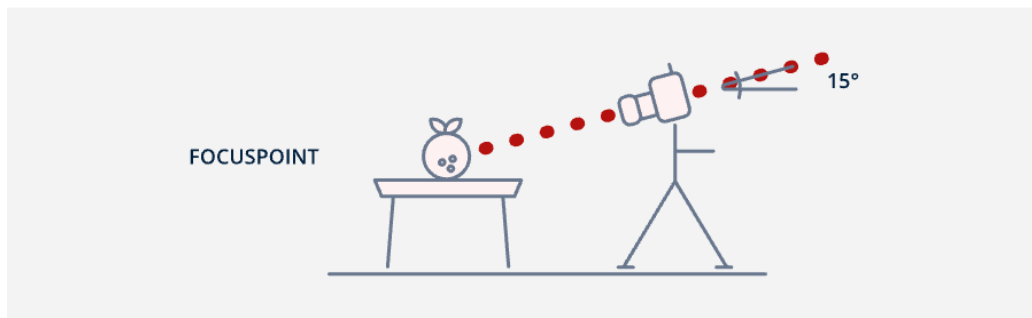


Venstre 2N



Høyre 8N

Eksempel på oppsett av kamera for flersidige pakninger:



Flersidige liggende produkter

En flersidig liggende basis har tydelige avskilte sider og fremstår med en tredimensjonal pakning som f.eks. en eske eller skål. Hver side fremstår som egne sideelementer/informasjonsider. Normalt «ligger» produktet i butikkhyllene og hovedfacingen til produktet ses ovenfra og ned. Nå er det flere varianter innenfor denne gruppen hvor produktene også plasseres på andre måter i butikkhyllene.

Eksempel på to flersidige liggende basiser (bildene viser kameravinkel fra undersiden/nedenfra av varen, ikke fra oversiden som er standard for de øvrige markedsbildene):



For en flersidig liggende basis inngår følgende bildevinkler for å dekke minimumskravet av bildevinkler:

- 1N** Forside/front (90 grader)
- 2N** Venstre side (90 grader)
- 8N** Høyre side (90 grader)
- 7N** Bakside (90 grader)
- 3N** Topp (kun ved behov/informasjon på toppen) (90 grader)
- 1C** Forside med 3D-effekt (kameravinkel nedenfra 35 – 70 grader)
- 1L** Venstre side med 3D-effekt (kameravinkel nedenfra 35 – 70 grader)
- 1R** Høyre side med 3D-effekt (kameravinkel nedenfra 35 – 70 grader)

Merk: Det er mulig å laste opp flere bilder i bildesettet enn det som minimum kreves, men kravene til bildevinklene skal følges. Ved foto hos Tradesolution vil det gjøres en vurdering hvorvidt topp er relevant eller ei, vi vil også avgjøre om denne vinkelen er relevant for eksternt opplastede bilder.

NB! Skålprodukter vil alltid ha behov for 3N for å bli riktig i planogrammer.

Det som skiller denne produktgruppen fra de øvrige er at man på markedsbildene benytter en kameravinkel som tar bilde fra undersiden/nedenfra av produktet (ikke fra oversiden som gjelder de øvrige markedsbildene). Kameravinkelen skal da være fra 35-70 grader fra undersiden, dette avhenger av design og hva som får produktet til å fremstå best mulig.

Figuren viser bildesett med alle obligatoriske bilder for en flersidig liggende basis:



Markedsvinkel front 1N



Bakside 7N



Markedsvinkel venstre 1L



Markedsvinkel senter 1C



Markedsvinkel høyre 1R



Venstre 2N

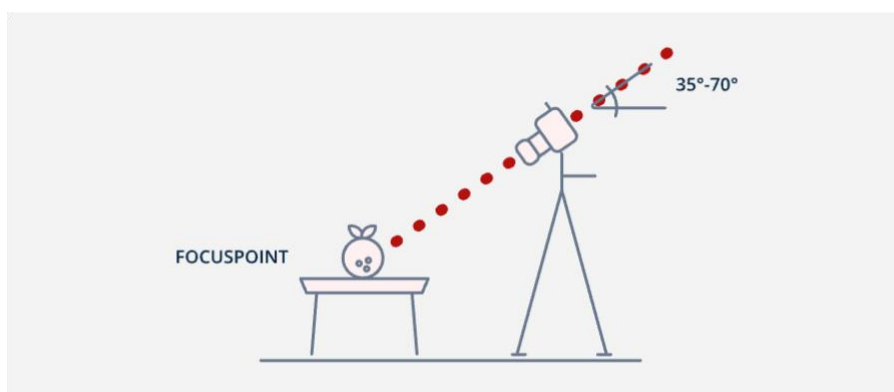


Høyre 8N



Topp 3N

Eksempel på kameraoppsett på flersidig liggende produkter:



Tosidige produkter

En tosidig basis er i utgangspunktet flat med to sider (todimensjonalt). Dette er f.eks. en suppepose med pulver eller et magasin. Produkter under 2,5cm klassifiseres som tosidig.

Eksempel på tosidige basis:



Merk: Har en pose så stor dybde at man benytter sidene til egen informasjon på etiketten eller at dybden er viktig å få frem i space eller markedsøyemed skal pakningen oppfattes som et flersidig produkt.

For en tosidig basis inngår følgende bildevinkel for å dekke minimumskravet til bildesettet:

- 1N** Forside/front (90 grader)
- 7N** Bakside (90 grader)

Figuren viser bildesett med alle obligatoriske bilder for en tosidig basis:

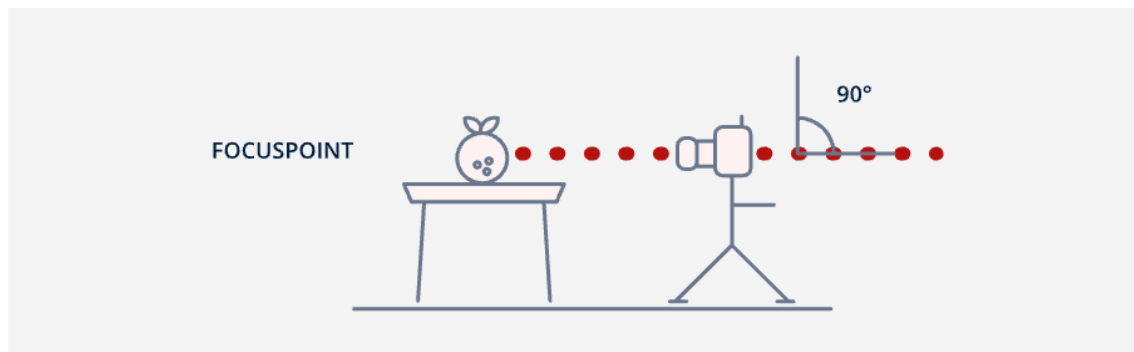


Markedsvinkel front 1N



Bakside 7N

Eksempel på kameraoppsett for tosidige produkter:



Sylindersidige produkter

En sylindersidig basis har i utgangspunktet kun en frontside og en bakside på pakningen. Typisk for dette produktet er den klassiske hermetikkboksen. Produktet har likevel en dybde som er viktig for space å synliggjøre. I markedsføringssammenheng trenger man ofte et vinkelbilde for enhetlig fremstilling i forhold til andre tredimensjonale produkter.

Eksempel på sylindersidige basis:



*) Unntak

For en sylindersidig basis inngår følgende bildevinkel for å dekke minimumskravet til bildesettet:

- 1N** Forside/front
- 2N** Venstre side
- 8N** Høyre side
- 7N** Bakside
- 3N** Topp (kun ved behov/informasjon på toppen)
- 1C** Forside med 3D-effekt (kameravinkel ovenfra 15-35 grader) *

***) Unntak fra 15 graders regel**

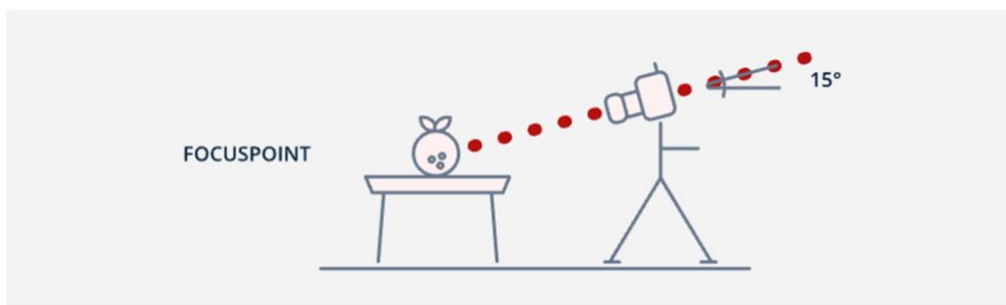
Hvis produktet fremstår med viktig informasjon både på produktets front og topp, tillates det å vinkle kamera inntil 35 grader for best mulig presentasjon av begge sider.

Merk: Det er mulig å laste opp flere bilder i bildesettet enn det som minimum kreves, men kravene til bildevinklene skal følges. Ved foto hos Tradesolution vil det gjøres en vurdering hvorvidt topp er relevant eller ei.

Figuren viser obligatorisk bildesett for sylindersidig basis:



Eksempel på oppsett av kamera for «sylindersidige» pakninger:



Bildesett til Mellom1

Det skal tas bilder av mellom1 til spaceformål der hvor mellom1 er laget hylleklare enten ved at man fjerner plast eller river/tar av toppen slik at basis blir tilgjengelig. Bildene av mellom1 skal tas med tilhørende basis inni. Målene i EPD avgjør hva som er front.

Eksempler på bruk av Mellom1 i butikk som det skal tas produktbilder av:



For en mellom1 inngår følgende bildevinkler for å dekke minimumskravet til bildesettet:

- 1N** Forside/front
- 2N** Venstre side
- 3N** Topp

Eksempelet under viser obligatorisk bildesett for mellom1



Markedsvinkel front
1N



Venstre
2N



Topp
3N

Fysiske krav til produktbildene

Clipping path/Beskjæringsbane

Alle produktbilder i TMS skal ha en beskjæringsbane (clipping path) slik at bildene kan frilegges - produktbildet får da gjennomiktig bakgrunn.

Merk: Hvis det finnes beskjæringsbane på bildet ved opplasting kan likevel bildet få utført ny «klipping». Er ikke kvaliteten på eksisterende klippebane god nok må ny lages. Dette avgjøres av Tradesolution.

Hvis produktbildene ikke har klippebane eller er ferdig frilagt utføres klipping automatisk på produkteiers kostnad.

For priser på klipping/beskjæring og retusjering – se [her](#).

Bildestørrelser

Bildestørrelsen for basis (oppløsningen) skal for lengste side ved opplasting være minimum 3508 piksler (tilsvarende lengste side i et A4 utskriftsformat i 300 dpi). Dette gjelder for følgende bildevinkler:

- 1N
- 1C
- 1L
- 1R

For øvrige bildevinkler skal minimumsoppløsningen for lengste side ved opplasting være minimum 1748 piksler (tilsvarende lengste side i et A6 utskriftsformat i 300 dpi). Dette gjelder da for følgende bildevinkler:

- 2N
- 3N
- 7N
- 8N
- 9N

Bildestørrelser for mellom1

Minimums oppløsning på lengste side for alle bildevinkler skal være 1748 piksler.

Merk: I TMS lagres alltid produktbildene med full oppløsning. Ved nedlasting/eksport av bildene angir man hvilket format og bildestørrelse man ønsker å benytte.

Cropping

Bilde skal croppes så tett på produktet som mulig, minst mulig hvit kant rundt produktet.

Filformat og fargemodus

Filformat: Tiff, jpeg eller png. (Flat Tiff, uten lag.)

Fargeprofil: Adobe RGB eller sRGB

Visuelle krav til produktbildene

Sjekkpunkter for visuelle krav

1. Bildebakgrunn og skygger

Alle bilder skal ha hvit bakgrunn og uten skygge eller være gjennomsiktig. (Ferdig frilagt.)

2. Bildeskarpheit/fokus

Hele produktet skal være 100 % skarpt. Spesielt viktig å passe på hvor produktet har stor dybde. For å sjekke skarphet skal produktet vurderes i 100 % størrelse.

Bildet viser et eksempel med korrekt skarphet:



3. Belysning og farge

Jevn belysning over hele produktet. Unngå mørke skyggepartier. Unngå for sterkt høyglans og reflekser. Refleksene/refleksjonene skal se naturlige/realistiske ut.

Eksempel på korrekt belysning og farge:



4. Kanter

Produktet skal ha tydelige kanter rundt hele produktets omkrets. Kantene skal ikke «flyte over» i bakgrunnen. Pass på strølys som kan slå inn på kantene på produktet. Se eksempelbilder nedenfor.

Eksempler på for mye strølys som slår inn på kantene (ikke godkjent bilde) og et korrekt bilde med skarpe kanter:



5. Retusjering

Produktbilde skal retusjeres for støv, riper, fingermerker, forstyrrende reflekser, best før dato.

Merk: TMS kan pålegge at produktbilde sendes til retusj/klipp eller kun klipp på produkteiers kostnad. Dette gjelder støv, riper, fingermerker, forstyrrende reflekser, best før dato, manglende klippebane o.l.

Retusjering kreves kun på markedsvinkler, de øvrige vinklene (space) trenger kun en klippebane.

Krav til grafiske bilder

Grafisk fremstilt bilde

Grafiske produktbilder kan lastes inn i produktbildearkivet til MediaStore. Grafiske bilder kan brukes som fullverdig bilde, men må følge de samme krav som til foto.

Bildevinkler og bildesett

For grafiske bilder gjelder samme krav til bildevinkler og bildesett som for foto.

Fysiske krav til grafiske bilder

For grafiske bilder gjelder samme krav til fysiske størrelser som for foto.

Visuelle krav til grafiske bilder

For grafiske bilder gjelder samme visuelle krav som for foto.

I tillegg gjelder følgende:

- Tekstur og emballasje skal synes
- Det skal være naturlige reflekser og skygger i materialet/emballasjen
- Naturtro farger i forhold til reelt produkt
- Korrekte perspektiver

Det er viktig at et grafisk bilde fremstår som «naturtro», og er en korrekt fremstilling av produktet. Grafikk uten tekstur og en naturtro gjengivelse av produktet vil bli avvist av QA.

Krav til Mobile Friendly Hero Images

Hensikten med disse bildene er at man ser relevant informasjon på små flater. For å oppnå det er det vedtatt følgende retningslinjer:

- Søkelys på de tre elementene varemerke, mengde og smak/lukt. De tre hovedelementene bør være tydelige og godt synlige. Dette oppnås ved å øke størrelsen på disse elementene.
- Hero image bør være gjenkjennelig, slik at designforandringene bør tilsvare det fysiske produktet. Farger, skrifttype og andre elementer bør tilsvare originalen.
- For å kunne skape rom til de tre elementene kan etiketten forstørres slik at elementene gjøres større og mer synlige på det mobiltilpassede bildet.
- Tekst og elementer som ikke er relevant, eller leselig kan fjernes for å unngå et rotete bilde.
- Alle endringer må foregå innenfor grensene av det fysiske produktet.

- Bildet skal ha en klippebane (path) slik at det kan frilegges. (produktbildet får gjennomiktig bakgrunn.)
- Dette er en frivilling tilleggsvariant.
- Lengste side må være minimum 1748 pixler, Filformat png, tiff, eller jpeg. Fargeprofil: sRGB eller Adobe RG

Se eksempel:



Original



Mobile friendly hero image

Krav til Berikede bilder

- Berikede bilde er tenkt som en frivillig tilleggsvariant som viser produktet i sin helhet, men med ekstra elementer i bildet.
- Produktet skal være et bærende element i bildet, men beriket med produktet i f.eks. skål eller andre elementer som fremhever hva slags produkt det er.
- Et beriket bilde skal ha klippebane (path) eller være ferdig frilagt (gjennomiktig bakgrunn.)
- Lengste side må være minimum 1748 pixler, Filformat png, tiff, eller jpeg. Fargeprofil: sRGB eller Adobe RG

Se eksempler på berikede bilder:



Midlertidig bilde

Hensikten med midlertidig bilde er at kjedene skal ha et bilde klart før den ordinære bildefristen til bruk i planogrammer. Dette er et obligatorisk bilde for alle lanseringsprodukter og må være lastet opp i Mediastore innen uke -8 (se [STAND](#)). Bilde vil automatisk få et vannmerke ved opplasting slik at det ikke brukes til markedsføring. Bilde blir erstattet når man laster opp bilder iht til de øvrige bildekravene eller automatisk i uke -3.

- Bildet skal være av basis og bør være likt som vinkel 1N (Markedsvinkel front)
- Minimums oppløsning på lengste side må være minimum 1748 piksler.
- Bildet kan gjerne være basert på designfilen, men må fremstå som et produkt.
- Det skal fremgå tydelig hvilket produkt som er avbildet.
- Det skal være beskåret og inneholde minst mulig luft rundt produktet. Se eksempel på det under.



Tidsfrister og omfang av produkter

Tidsfrister for å ha godkjente produktbilder tilgjengelig i TMS gjelder alle varer som er aktive eller skal lanseres (nylanseringer) i EPD.

Nyheter

Krav til fullstendig godkjent bildesett, opplastet innen uke minus 3 (dvs. tre uker før lanseringsukene). Dette gjelder for alle lanseringsvinduer.

MERK: Alle produkter vil få space-bildene tatt av Tradesolution så sant dette ikke allerede er lastet opp innen fristen.

Hvis man ikke har lastet opp alle obligatoriske vinkler innen fristen vil det påløpe [en tilleggsavgift](#) per manglende vinkel. Du kan lese mer om tilleggsavgiften her: [Tradesolution](#).

Alle bildene i bildesettet til et produkt skal være godkjent etter kravene beskrevet i dette dokumentet.

Produktene det skal tas bilde av Tradesolution Fotostudio

Produktene bør være håndplukket og sjekket for:

- Feil på emballasje/trykk (farger, plassering, limrester, etc.)
- Skader som riper, bulker, etc.
- Helst uten datostempling (vil kreve retusjering eller forarbeid)
- Helst uten prisinformasjoner (vil kreve retusjering)

Minimum en mellom1 hvor minst en av basis leveres i henhold til kravet ovenfor. Må det gjøres forarbeid på produktet ved å f.eks. fjerne bak etiketter bør det minimum være tre basiser som er sjekket etter kravet ovenfor.

Frosne varer bør så langt det la seg gjøre leveres uten innhold hvis emballasjen ikke er gjennomskiktig. Ved spørsmål, ta kontakt med mediastore@tradesolution.no

Priser Tradesolution MediaStore 2.0 og Fotostudio

Priser Tradesolution MediaStore

For priser til Tradesolution MediaStore, se [her](#)

Priser Tradesolution Fotostudio

For priser til Tradesolution Fotostudio, se [her](#)

Endringslogg dokument

Dette avsnittet viser en logg over endringer som påvirker krav til produktbilder og produkteier mellom dokumentversjonene. Det oppfordres til at man leser avsnittene det refereres til i tillegg siden loggen ikke tar med eventuelle endringer i beskrivelser, figurer og formuleringer.

Versjon 1.17 og Versjon 1.18

Regel rundt cropping lagt til under «Fysiske krav til produktbildene». Korrigering av regel i versjon 1.18.

Versjon 1.16

Flere bildeeksempler lagt til under avsnittet «Godkjente bildesett F-pak»

Versjon 1.15

Spesifisering av unntaksregel til kameravinkel i avsnitt «Identifisering av produktets sider og kameravinkler» og «sylindersidige produkter».

Versjon 1.14

Ytterligere spesifisering i avsnittet «Fysiske krav til produktbildene» og «Clipping path/Beskjæringsbane».

Versjon 1.13

Spesifisering i avsnittet «Fysiske krav til produktbildene» og «Clipping path».

Versjon 1.12

Oppdatert første figur i avsnittet «Produkt, bildevinkler og bildesett». Nytt avsnitt med spesifisering av krav til grafiske bilder – «Krav til grafiske bilder».

Versjon 1.11

Flere bildeeksempler i Vedlegg 3.

Versjon 1.10

Prisene i vedlegg 1 er nå flyttet ut til tradesolution.no. Se link i vedlegg 1.

Versjon 1.9

Oppdatert med nye eksempelbilder. Ingen endring i krav.

Versjon 1.8

Bildestørrelser: Oppdatert forklaring for reglene rundt bildestørrelser. Se avsnittet «Fysiske krav til bildene» for alle detaljer.

Versjon 1.7

Bildestørrelser: Regel for bildestørrelse for vinklene 1C, 1R, 1L og 1N er endret fra 4961 piksler til 3508 piksler. Se avsnittet «Fysiske krav til bildene» for alle detaljer.

Versjon 1.6

Flersidig liggende produkter: Regel for kameravinkel til bildevinklene 1C, 1R og 1C er endret fra 25-40 grader til 35-70 grader. Se info i avsnittet «Godkjent bildesett for F-pak».

Versjon 2.0

Grafisk fremstilte bilder likestilt med fotografier, og er underlagt de samme krav.

Versjon 2.1

Endring i obligatoriske space-bildevinkler.

Versjon 2.2

Lagt til vedtatte retningslinjer for mobilvennlige bilder.

Versjon 2.3

Lagt til vedtatte retningslinjer for berikede bilder.

Versjon 2.4

Oppdatering av bildeeksempler og generell fornyelse. Ingen endring på krav.

Versjon 2.5

Informasjon om nytt krav om «midlertidig bilde» for lanseringsproduktet. Kravet gjelder fra L3-2025.