



## 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, ФГУ 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.

## 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 точек;
  - 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:
  - Иллюстрации в формате JPG (исключая JPG-файлы, полученные с цифрового фотоаппарата);
  - Фотографии, вставленные в текстовый редактор;
  - 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 Мб;
  - в файле содержится изображение товара с фоном – минимальный размер файла 4,8 Мб.
- Для формата TIF, TIFF, JPG минимальный размер файла 4,42 Мб

### 3. Логотипы, торговые марки

Логотипы и торговые марки, вставленные в текстовый редактор 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. Быть правильно скомпонованы, т.е. центральным объектом на них должен быть представленный товар;
3. Четкими (не смазанными);
4. 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.

### 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-картах в 2-х экземплярах, в папках по наименованию предприятия. Если у предприятия несколько товаров/услуг, то они записываются в одну папку с наименованием предприятия.

**Крайне важно! Не забудьте проконтролировать текстовый материал на соответствие текстов заявленной продукции и правильности написания.**

**Мы будем рады ответить на все вопросы по ИЛЛЮСТРАТИВНОМУ материалу!**

**Сурикова Галина Ильинична, Егорова Жанна Ивановна**

**Тел. (499) 230-08-08**