

# GS1 Canada Images

## Normes de soumission des images marketing pour le Contenu de marketing ECCnet

Version 1.4

Dernière mise en page – Août 2020



# Introduction

---

Ces normes de GS1 servent à établir les règles encadrant l'entreposage des images numériques associées aux produits. Ces règles sont fondées sur les lignes directrices établies à l'origine par le Voluntary Inter-industry Commerce Solutions Association (VICS) en juillet 2005, et ce, afin d'assurer l'uniformité dans l'utilisation d'images numériques employées pour améliorer le commerce.

Spécifications techniques pour l'imagerie numérique,  
selon les normes de GDSN :

[http://www.gs1ca.org/files/Product Image Specification.pdf](http://www.gs1ca.org/files/Product_Image_Specification.pdf)

Les diapositives suivantes sont extraites des normes encadrant la soumission des images de marketing pour le matériel publicitaire imprimé.

# Spécifications du format des images

## Taille et format des images

- TIFF : compression LZW
- Taille de l'image : 2 400 px X 2 400 px (8 pouces – 300 dpi)
  - Les rapports de cadres à résolutions de pixels plus élevés sont acceptés \*\* Voir les normes mondiales
- Profil de couleur intégré RGB

## Normes des images

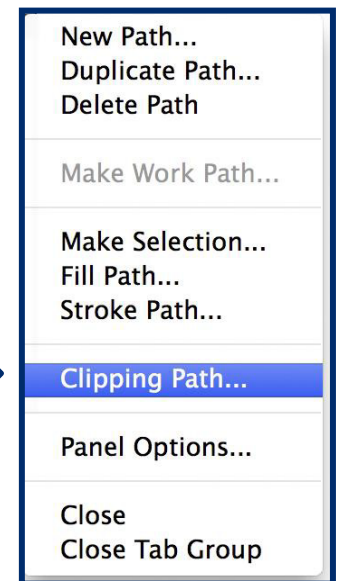
- Le nouveau tracé doit être enregistré sous « Path 1 », et le tracé (« clipping path ») doit être activé. La planéité par défaut doit être fixée à 0.2 Px (« device pixel »)
  - ✓ Pour permettre la reconversion d'une grande quantité d'images, il est essentiel de nommer le tracé « Path 1 » et de l'activer dans le mode « Clipping path »
- Arrière-plan blanc (RGB 255/255/255)

## Spécifications optionnelles pour les images de GS1 Canada\*

- Sélection à partir du tracé « Path 1 » avec un contour progressif de 0,5, enregistré en tant que couche « Alpha 1 »\*
- Redressement des lignes verticales (correction de la distorsion de la lentille)
- Centré, marges de ¼ de pouce, rapport de cadre carré

## Livraison des images

- À partir de ces images normalisées de format TIFF RGB enregistrées dans la base de données nationale, des images peuvent être acheminées aux partenaires commerciaux sous plusieurs formats (p. ex. : JPG, PNG, EPS) et selon la taille désirée.



(\*Spécification additionnelle de GS1 Canada)

# Création du nom des fichiers

---

Une partie importante des normes d'images de marketing porte sur la convention de nomenclature pour identifier chaque prise de vue des images en plus d'un identifiant de langue (si nécessaire).

Il n'est pas nécessaire d'ajouter un identifiant de langue si toutes les langues figurent sur tous les côtés du produit (faces bilingues). L'identifiant est requis seulement si des côtés du produit sont unilingues (un côté en anglais seulement et un autre en français seulement).

Les images sont nommées à partir d'un GTIN à 14 caractères suivi d'un **suffixe** spécifiant l'image :  
(par exemple : 00125002741350\_a1c1\_en)

# Création du nom des fichiers – 1<sup>re</sup> partie : GTIN du produit

- **Les images sont identifiées par un GTIN à 14 caractères suivi d'un trait de soulignement (\_)**
  - Un GTIN à 14 caractères est composé d'un code UPC à 12 caractères précédé de deux zéros (00)
  - Si le code à barres est un EAN à 13 caractères, il est précédé d'un seul zéro (0)

## Exemples :



UPC

00125002741350\_



EAN

03800065711135\_

# Création du nom des fichiers – 1<sup>re</sup> partie :

## Le suffixe

---

- Le suffixe est composé d'une série de lettres et de chiffres identifiant l'image, le côté du produit, l'angle de vue, la langue, etc.
- Aux fins de ce document et pour simplifier le processus, voici les identifiants les plus couramment utilisés dont vous aurez besoin pour identifier vos images de produits.
  - **Veillez noter qu'ils doivent être utilisés selon la séquence suivante :**
    - **A** identifie l'image du produit (GTIN unique)
    - **1** identifie la face avant du produit
    - **C** ou **L** ou **R** identifie les angles de vue (au **C**entre, vers la gauche (**L**eft) ou vers la droite (**R**ight), avec angle de plongée)
    - **1** signifie que l'image représente le produit à l'intérieur de l'emballage
      - Ajouter **0** (zéro) si l'article est sorti de l'emballage
  - **\_EN** ou **\_FR** sont utilisés seulement si le côté de l'emballage n'est pas bilingue
    - Les images des côtés bilingues de produit n'ont pas besoin d'identifiants de langue
  - **\_MMYY** pour produits avec emballage promotionnel.
    - Si l'image est valide jusqu'en décembre 2020, inscrire **\_1220**
    - Cet indicateur permet au gestionnaire de la base de données de repérer et de supprimer facilement l'image devenue obsolète en janvier 2021

# Angles de vue des produits :

## Lignes directrices

### TOUTES les images doivent respecter les lignes directrices suivantes :

- Les reflets et les ombres sont réalistes et neutres.
- Les produits sont photographiés avec une grande profondeur de champ pour assurer la netteté de la totalité du produit.
- La distance focale choisie respecte les proportions réelles du produit.
  - Il est préférable d'utiliser un objectif macro ou une longue distance focale pour éviter les effets « grand angle »

**Note de GS1 Canada :** La disposition du studio et des accessoires comme des réflecteurs ou des diffuseurs permettent d'obtenir le meilleur éclairage pour chaque type de produit



Faible profondeur de champ : perte de détail



Bonne profondeur de champ : image du produit plus précise

# Angles de vue des produits :

## Angle de plongée

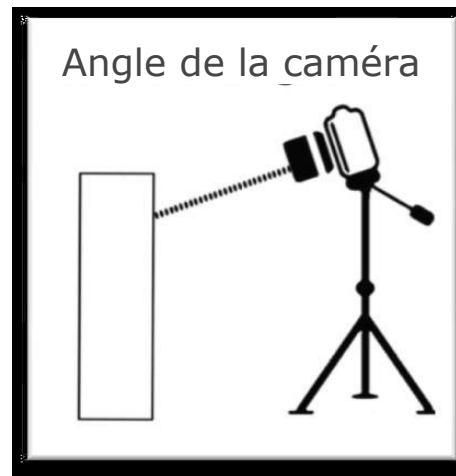
### Angle de plongée de 15° (images 3D)

- Si la situation l'exige, toutes les images de produit doivent avoir trois angles de vue différents par côté : une image **prise de face, centrée, d'un angle de plongée de 15°**, est préférable pour les **images en 3D**. Le cas échéant, il faut également prendre des images avec un angle de rotation vers la gauche et la droite.

### Angle de plongée de 0° et autres exceptions

- Certains produits doivent avoir un angle **plus prononcé ou plus faible** pour être photographiés de façon efficace. Pour des images dont les propriétés de profondeur sont négligeables (p. ex. : emballage-coque), un angle de plongée de 0° est idéal.

**Note : Aucun accessoire ni objet additionnel ne doivent être dans l'image – seulement le produit tel que le recevrait le consommateur**



# Angles de vue des produits :

## Angle de plongée de 15°

Les images ci-dessous sont des exemples d'angle de plongée de 15°, qui est la position de la caméra normale pour la plupart des produits, sauf pour quelques exceptions qui seront décrites dans les diapositives suivantes.

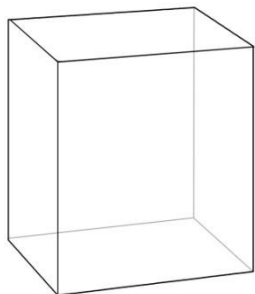


# Angles de vue des produits :

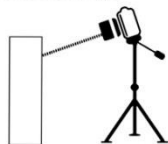
## Angle de plongée – Exceptions

Il faut prendre en considération certaines exceptions, car certains produits (petites boîtes, cannettes, ou autres produits illustrés ci-dessous) sont trop petits pour être photographiés de face. Il est possible de mieux saisir la marque et l'information figurant sur le dessus du produit en augmentant légèrement l'angle.

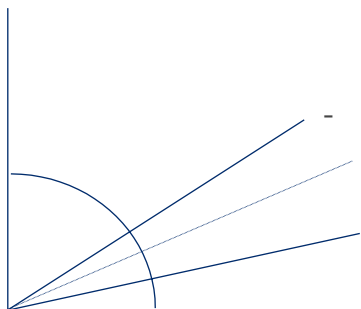
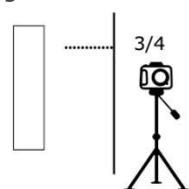
Angle en plongée ou en contre-plongée



Angle de la caméra



Angle de la caméra



Angle de plongée normal de 15°

# Angles de vue des produits :

## Angle de plongée – Exceptions

Comme pour la diapositive précédente, il est permis dans certains cas de diminuer l'angle de plongée ou même de prendre une photo d'un angle de plongée de 0°.

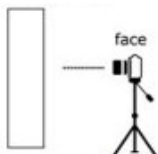
Par exemple, des produits qui affichent des informations sur les côtés (comme des grands sacs ou des emballages plats) doivent être photographiés d'un angle différent ou à l'aide d'un support particulier, et ce, afin de mieux saisir la marque ou l'information sur l'emballage.



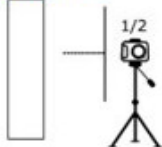
Vue de face



Angle de la caméra



Angle de la caméra



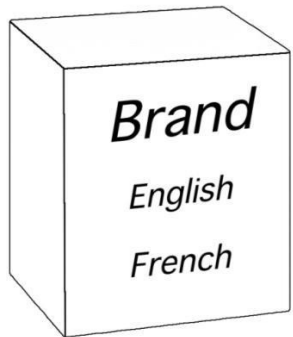
Le nombre d'images de chaque produit dépend de sa forme et des langues qui figurent sur son emballage (voir diapositives suivantes)

# Angles de vue des produits :

## 3 angles

Ce type d'emballage ayant un côté bilingue nécessite trois angles de vue (droite, centre et gauche) ainsi qu'une image ayant un angle de plongée de 0° .

Images de marketing 3D – angle d'élévation de 15°



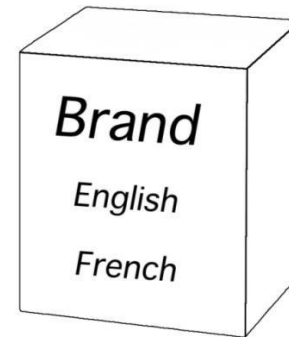
Gauche

*gtin\_A1***L1**



Centre

*gtin\_A1***C1**



Droite

*gtin\_A1***R1**

Si le produit a un côté en anglais et un côté en français, il faudra saisir un autre jeu complet d'images. Le nom de ces fichiers doit comprendre le suffixe identifiant la langue (\_EN et \_FR).

# Angles de vue des produits :

## Langues distinctes sur l'emballage

---

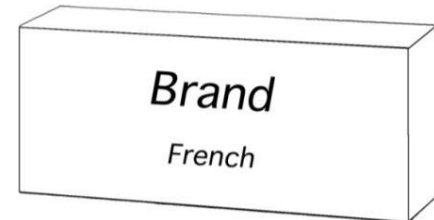
Ce type d'emballage ayant des côtés sur lesquels figurent des langues distinctes (anglais et français) nécessite 6 angles de vue



*gtin\_A1L1\_FR*



*gtin\_A1R1\_FR*



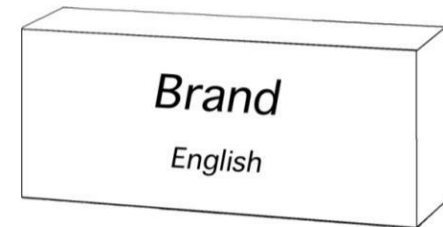
*gtin\_A1C1\_FR*



*gtin\_A1L1\_EN*



*gtin\_A1R1\_EN*



*gtin\_A1C1\_EN*

# Angles de vue des produits :

## Langues distinctes sur l'emballage



gtin\_a1L1\_EN



gtin\_a1L1\_FR



gtin\_a1C1\_EN



gtin\_a1C1\_FR



gtin\_a1R1\_EN



gtin\_a1R1\_FR



Si le produit a un côté en anglais et un côté en français, il faudra saisir un autre jeu complet d'images. Le nom de ces fichiers doit comprendre le suffixe identifiant la langue (\_EN et \_FR).

# Angles de vue des produits :

## Types d'emballage

Les bouteilles, les cannettes, les sachets scellés et les emballages-coque peu profonds auront soit une seule vue de face (face bilingue), soit deux vues de face (faces unilingues)



Côté unique bilingue  
*gtin\_A1C1*



Deux vues  
Face anglaise / Face anglaise  
*gtin\_A1C1\_EN / gtin\_A1C1\_FR*

# Angles de vue des produits : Types d'emballage

- Il faut parfois décider si les produits doivent être photographiés à l'intérieur de l'emballage, à l'extérieur, ou les deux. Le choix est déterminé selon la présentation du produit dans un cas de vente réelle (p. ex. : une boîte de céréales sur une étagère par rapport à une tondeuse à gazon sur un présentoir).
- S'il y a des doutes quant au format qui convient le mieux, les deux images doivent être prises et adéquatement identifiées. L'image doit être recadrée près de l'objet.



Centre  
*gtin\_A1C1*



Centre, à l'extérieur  
de l'emballage  
*gtin\_A1C0*



Centre  
*gtin\_A1C1*



Centre, à l'extérieur  
de l'emballage  
*gtin\_A1C0*

# Évaluation et chargement :

## Processus

---

### Processus d'évaluation

- Des frais d'évaluation s'appliquent, que les images soient conformes ou non (acceptées/refusées).
- Un rapport d'évaluation détaillant le statut de chaque GTIN de produit (accepté/refusé) sera fourni.
- Si les images sont refusées, l'expéditeur sera informé des raisons du rejet afin qu'il corrige la situation.
- À cette étape, l'expéditeur devra envoyer une nouvelle demande de capture de contenu pour l'évaluation et le téléchargement de marketing, ainsi qu'un nouveau fichier ZIP contenant les images de marketing corrigées.
- Toute nouvelle soumission est sujette aux frais d'évaluation.
- Si les images ne satisfont pas aux exigences, l'expéditeur peut envoyer ses produits à la capture d'images, et ce, à tout moment.
- Les images seront évaluées selon les normes des images des produits, ce qui comprend : le nom du fichier, le format et la taille de l'image, l'angle ou l'orientation du produit par rapport à l'arrière-plan, des omissions en ce qui a trait aux niveaux d'emballage, et la qualité en général.

### Chargement dans Le Vault

- Les images de produit jugées satisfaisantes seront chargées dans Le Vault de GS1 Canada.
- Des frais de chargement seront facturés à l'expéditeur.

# Soumettre vos images et vos données à l'évaluation et au téléchargement

- Ouvrez une session dans **MonGS1** pour créer une **Demande de service de capture de contenu** pour la soumission électronique de votre produit.
- Une fois tous les fichiers réunis dans votre fichier, compressez-le en format ZIP et nommez-le selon votre numéro de demande de service (« Service Request Number », ou « SRN »), comme illustré ci-dessous :
  - Ex : SRN-000000000006.ZIP

Suivez les instructions de téléchargement envoyées par le système. Nous n'acceptons plus les fichiers envoyés par courriel.

**Téléchargez vos fichiers ZIP au par une des deux options suivantes :**  
**[gs1canadaesubmission.wetransfer.com](https://gs1canadaesubmission.wetransfer.com)**  
**[spaces.hightail.com/uplink/GS1Canada-Esubmission](https://spaces.hightail.com/uplink/GS1Canada-Esubmission)**

Le fichier transféré sera envoyé au :  
**[e-submission.images@gs1ca.org](mailto:e-submission.images@gs1ca.org)**

# Coordonnées

---

GS1 Canada  
1500 Don Mills Road, bureau 800  
Toronto (Ontario) M3B 3K4 Canada

**T** 416 510-8039

**C** [info@gs1ca.org](mailto:info@gs1ca.org)

**[www.gs1ca.org](http://www.gs1ca.org)**