



Providing product images to S Group

Ohjeistus tavarantoimittajille

Tekijä: Malin Silo, SOK

Omistaja: SOK Vähittäiskauppa (Market- ja Tavaratalokauppa)

Lisätietoja:

Marketkauppa: marketcontent@sok.fi

Tavaratalokauppa: tuotetiedot.verkkokauppa@sok.fi



Pvm	Tekijä	Versio	Muutokset
23.4.2021	Sandra Sundbäck	1.0	Ensimmäinen vedos
1.7.2021	Sandra Sundbäck	1.1	Markkinointikuvien nimeämiset päivitetty oikein
3.8.2021	Susanna Järvinen	1.2	Kuvien päivitys
22.9.2021	Susanna Järvinen	1.3	Tietojen päivitys
28.10.2021	Malin Silo	1.4	Tekstin päivitystä Susannan ja Inkan kommenttien mukaan, lisätty Synkan lisätietokuvista maininta
9.12.2021	Malin Silo	1.5	Kuvien päivitys
15.12.2021	Malin Silo	1.6	Lisäkuvien määrä ja nimeäminen



Sisällys

1	Kuvien käyttöoikeudet.....	4
2	Yleistä tuotekuvista.....	5
3	Kuvien vaatimukset ja nimeäminen.....	6
3.1	Kuvien nimeäminen.....	7
3.1.1	Pääkuvat, lisäkuvat & sävykuvat (swatchkuvat).....	7
3.1.2	MRHI -kuvat.....	8
3.1.3	Energiamerkit & Tuoteselosteet.....	9
3.1.4	Markkinointi- /fiiliskuvat.....	10
3.1.5	Logot (tuotemerkin kuvat).....	11
3.1.6	Mallitiedolla nimeäminen.....	11
4	Pikaohje kuvien toimittamiselle ja nimeämiselle.....	12
5	Esimerkkejä tuotteiden näkyvyydestä verkkokanavissa.....	13
6	Esimerkkejä kuvista.....	14
6.1	Hyviä tuotekuvia.....	14
6.2	Tuotekuvia, jotka eivät ole hyväksytyjä.....	15
6.3	Hyviä täydentäviä kuvia ja fiilis-/markkinointikuvia.....	15



1 Kuvien käyttöoikeudet

Toimittamalla kuvan annatte siihen vastikkeettoman käyttö- ja muuntelu oikeuden S-ryhmän käyttämissä myynti- ja markkinointikanavissa.

Kuvien käyttöoikeus jatkuu niin kauan, kun kyseistä tuotetta myydään S-ryhmän käyttämissä myyntikanavissa ja myymälöissä.

Mikäli kuvien käyttö- tai muuntelu oikeuksilla on rajattu päättymispäivä, on tästä ilmoitettava kuvien toimituksen yhteydessä.

Toimittamalla kuvan vahvistatte, että toimittajalla on yksinoikeus kuvaan ja sen luovuttamiseen tässä kerrottuun tarkoitukseen, eikä tällä loukata minkään kolmannen tahon oikeutta.

Jos kolmas taho esittää loukkausväitteen tai -vaatimuksen, Ostaja voi puolustautua vaatimuksia vastaan parhaaksi katsomallaan tavalla. Toimittaja sitoutuu tukemaan Ostajaa tässä kaikin kohtuullisesti käytettävissä olevin keinoin. Toimittaja korvaa Ostajalle loukkauksesta tai väitetystä loukkauksesta aiheutuneet vahingot.



2 Yleistä tuotekuvista

Tuotekuvat ovat tuotteen myynnin ja houkuttelevuuden kannalta yksi tärkeimmistä tekijöistä verkkokanavissa ja tärkeä osa tuotetietoa. SOK Vähittäiskaupan tavoite on tarjota kuluttajille kaikista myynissä olevista tuotteista laadukkaat tuotekuvat.

Verkkokanavien lisäksi SOK Vähittäiskauppa hyödyntää tuotekuvia muun muassa sisäisissä prosesseissa sekä markkinointikanavissa ja -materiaaleissa.

Vaatus toimitettaville kuville on korkealaatuinen (hi-res) kuva, joka mahdollistaa kuvan hyödyntämisen niin printtimedioissa kuin verkkokanavissa.

Tuotteesta toimitetaan 1–15 kuvaa: pääkuva (1 kpl) ja sitä täydentävät lisäkuvat (1-14 kpl).

Tuotteesta toimitetaan aina vähintään pääkuva ja tämän lisäksi suositus toimittaa 1–14 täydentävää kuvaa.

- Pääkuva on tyypillisesti kuvattu tuotteen etupuoletta ja tämä kuva esitetään ensisijaisesti tuotteesta
- Täydentävät kuvat (lisäkuvat) voivat olla *tuote kuvattuna eri suunnista, lähikuva tuotteesta, tuote avattuna tai tuote käyttöympäristössä tai tunnelmakuvassa.*



Esimerkki 1. Tuotteen pääkuva ja täydentävät kuvat



Markettauon tuotekuvat toimitetaan osoitteeseen marketcontent@sok.fi ja Tavaratalokaupan tuotekuvat osoitteeseen tuotetiedot.verkkokauppa@sok.fi, ellei tuotekuvapyynnössä muuta mainita.

Otamme vastaan tuotekuvia myös Synkka-tuotetietopankin kautta.*

Lisätietoja: <https://gs1.fi/fi/ohjeet/media-osio>

**SynkkaMedia on ottamassa käyttöön lisätietokuvat. Lisätietokuvia ovat tuotekuvat, jotka kuvaavat esimerkiksi tuotteen jotain yksityiskohtaa, käyttötarkoitusta, tekstuuria tai ominaisuutta.*

*Lisätietokuvia voi olla yhdellä tuotteella useita kappaleita, mutta **SOK:n DAM pystyy vastaanottamaan vain yhden lisätietokuvan tuotteelle.***

Synkka mahdollistaa kaksi eri lisätietokuvatyyppeä: yksityiskohtakuva ja sisältö-/tekstuurikuva.

Synkka-DAM integraatio tukee kuitenkin toistaiseksi vain yhtä lisätietokuvatyyppeä.

Ainoastaan sisältö-/tekstuurikuvatyypin (content/texture) kuvat otetaan vastaan.

Yksityiskohtakuvat (detail/technology image) eivät tule SynkkaMedia - DAM -integraatiosta läpi.

3 Kuvien vaatimukset ja nimeäminen

Tuotekuvia käytetään pääasiassa myynti- ja markkinointitarkoituksiin sekä verkkokanavissa.

Tuotekuvan tärkein ominaisuus on sen selkeys ja tasalaatuisuus. Tämän takaamiseksi tuotekuvan taustalle sekä kuvasuhteelle on määritelty tietyt laatuvaatimukset ja niitä tulee noudattaa tarkasti. Laadukkaat tuotekuvat ovat etu tuotteen myynnissä ja markkinoinnissa.

Kuvien nimeämiskäytännöt varmistavat kuvien oikeanlaisen näkyvyyden S-ryhmän julkaisuprosesseissa, eri kanavissa. **Noudatathan nimeämiskäytäntöjä kuten ohjeistettu.**

Hyvän tuotekuvan määritelmät ovat:

- ✓ Kuvassa tuote näyttää edustavalta ja tulee hyvin esille.
- ✓ Tuote voi olla kuvattuna ilman pakkausta sekä pakkauksessa mahdollisuuksien mukaan. Pakkauksen tulee olla ehjä ja puhdas. Pakkauskuvan ei tule olla pääkuvana.
- ✓ Tuote ei kiillä tarpeettomasti tai sisällä heijastuksia.
- ✓ Kuva on kuvattu hyvässä valaistuksessa ja siinä on neutraalit varjostukset.
- ✓ Kuvan värit ovat kirkkaat ja tasapainoiset.
- ✓ Tuote on luonnollisessa asennossa kuvattuna joko suoraan edestä tai lievällä kallistuskulmalla.
- ✓ **Kuvan tausta on ensisijaisesti läpinäkyvä** (syvätty kuva), jos ei ole mahdollista toimittaa syvättyä kuvaa taustan tulee olla valkoinen.



- ✓ Kuva ei sisällä vesileimoja tai muita erillisiä elementtejä (kuten sertifikaatteja, myyntiargumentteja tms.).
- ✓ Tuotteen parasta ennen -päiväys ei näy kuvassa.
- ✓ Kuvassa ei näy hintatietoja.

3.1 Kuvien nimeäminen

Toimittaja nimeää kuvat tuotteen GTIN-koodilla (eli EAN-koodi).

Tuotekuvia toimitetaan vähintään yksi, joka esitetään verkkokanavissa tuotteen pääkuvana. Pääkuvan lisäksi tuotteelle suositellaan toimitettavan 1-14 lisäkuvaa, sekä mobiilipäätelaitteelle optimoitu MRHI-kuva. Kts. tarkempi ohjeistus seuraavalla sivulla.

GTIN-koodin tulee olla 13 merkkiä pitkä. Mikäli GTIN on lyhyempi, lisätään sen eteen tarvittava määrä nollia.

Mikäli kuvaa **ei** ole tarkoitus esittää tuotekuvana verkkokanavissa tai kuva ei ole tuotekuva, vaan esimerkiksi tunnelmakuva, kuvaa ei nimetä yllä mainitulla tavalla. Kuva nimetään esimerkiksi `<GTIN>_markkinointi.jpg`. → esim.: `0000123456789_ markkinointi.jpg`

Mikäli tuotteella ei ole GTIN-koodia, käytä nimeämiseen esimerkiksi tuotteen mallinumeroa tai muuta helposti tunnistettavaa tietoa. Esim.: `ET123.45-67.jpg`
Ääkkösten käyttö kuvan nimessä on kiellettyä.

3.1.1 Pääkuvat, lisäkuvat & sävykuvat (swatchkuvat)

Tuotteen pääkuvan lisäksi tulisi toimittaa tuotetta täydentäviä kuvia kuluttajan ostopäätöksen helpottamiseksi (1-14). Täydentävät kuvat esimerkiksi esittelevät tuotteen eri kulmasta, on lähikuva tuotteesta tai tuote avattuna/käyttöyhteydessä.

Tuotteelle, joka sisältää useita värejä, sävyjä tai kuoseja, tulee toimittaa päätuotekuvan lisäksi myös varianttikuvat jokaisesta väristä tai kuosista. Varianttien kuvat nimetään samalla tavalla kuin pääkuvatkin (variantin EAN-koodi tiedostonimessä).

Tuotteen/variantin pääkuvan ja täydentävien kuvien (lisäkuvien) nimeäminen GTIN (EAN)-koodilla)

- | | |
|--|---|
| • <code><GTIN>.jpg</code> (pakollinen, tuotteen pääkuva) | → <code>0000123456789.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_kuva2.jpg</code> | → <code>0000123456789_kuva2.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_kuva3.jpg</code> | → <code>0000123456789_kuva3.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_kuva4.jpg</code> | → <code>0000123456789_kuva4.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_kuva15.jpg</code> | → <code>0000123456789_kuva15.jpg</code> |



*Esimerkki 1.
Edestä, ensisijaisesti syväty*



*Esimerkki 2.
Lisäkuva*



*Esimerkki 3.
Lisäkuva*



*Esimerkki 4.
Lisäkuva*



*Esimerkki 5.
Lisäkuva*

- <GTIN>_swatch.jpg (värikosmetiikan sävykuvat/swatchit) → 0000123456789_swatch.jpg



*Esimerkki 1.
Pääkuva*



*Esimerkki 2.
Swatch-kuva (sävykuva)*

3.1.2 MRHI -kuvat

Mobiilioptimoiduilla tuotekuvilla (MRHI, Mobile Ready Hero Image) tarkoitetaan tuotteen verkko-kauppamyyntiin käytettävää kuvaa, joka on muokattu erityisesti pienikokoisilta mobiilinäytöiltä tai matkapuhelimilta katseltavaksi. Kuvaa on selkeytetty niin, että kuluttaja voi helposti tunnistaa tuotteen, vaikka kuva on pieni ja tuotteiden selailua tehdään nopeasti.

**Tuotteen mobiilipäätelaitteelle optimoidun kuvan nimeäminen
(Mobile Ready Hero Image eli MRHI)**



- <GTIN>_mrhi.jpg → 0000123456789_mrhi.jpg



Esimerkki 1.
MRHI-kuva



Esimerkki 2.
MRHI-kuva



Esimerkki 3.
MRHI-kuva



Esimerkki 4.
MRHI-kuva



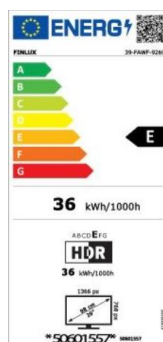
Lue lisää MRHI-kuvien yleisistä aineistovaatimuksista: [GS1 -standardeista](#)

3.1.3 Energiamerkit & Tuoteselosteet

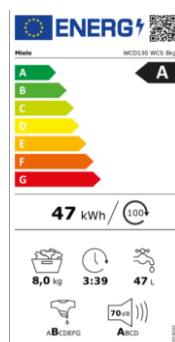
Verkkokaupan kautta tapahtuvan tiettyjen tuotealueiden tuotteiden myynnin, vuokraamisen tai osamaksulla ostamisen yhteydessä on esitettävä sähköinen energiamerkki ja tuoteseloste. Energiamerkki voidaan esittää verkkokaupassa tuotekuvana ja se toimii samalla tuoteselosteena.

Tuotteen energiamerkki- ja tuoteselostekuvien nimeäminen

- <GTIN>_energiamerkki.jpg → 0000123456789_energiamerkki.jpg tai
<GTIN>_energylabel.jpg → 0000123456789_energylabel.jpg



Esimerkki 1.
Energiamerkki



Esimerkki 2.
Energiamerkki

- <GTIN>_tuoteseloste.jpg → 0000123456789_tuoteseloste.jpg tai
<GTIN>_informativelabel.jpg → 0000123456789_informativelabel.jpg



Esimerkki 1. Tuoteseloste



Esimerkki 2. Tuoteseloste



Esimerkki 3. Tuoteseloste

Säädökset koskevat kotitalouksien:

- astianpesukoneita
- kylmäsäilytyslaitteita
- pyykinpesukoneita
- kuivausrumpuja
- televisioita
- lamppuja
- valaisimia
- huoneilmastointilaitteita
- uuneja
- liesituulettimia
- vedenlämmittimiä ja kuumavesisäiliöitä
- tila- ja yhdistelmälämmittimiä.

Lisätietoja Tukesin verkkosivuilta: [Sähköinen energiamerkintä ja tuoteseloste.](#)

3.1.4 Markkinointi- /fiiliskuvat

Tuotteelle tai tuoteperheelle voi tarvittaessa toimittaa myös markkinointiin tarkoituksiin tuotet-
tuja kuvia, ns. "tunnelmakuja" / "fiiliskuvia". Näitä kuvia hyödynnetään lähtökohtaisesti erillisissä
markkinointitoimenpiteissä, eivätkä automaattisesti kytkeydy verkkokaupan julkaisuprosessiin,
vaikkakin niiden käyttö verkkokaupassa on mahdollista.

Markkinointiin suunnatun tuotekuvan nimeäminen (fiiliskuvat)

- <GTIN>_markkinointi.jpg → 0000123456789_ markkinointi.jpg **tai**
• <GTIN>_fiilis.jpg → 0000123456789_ fiilis.jpg

Mikäli fiilis-/markkinointikuvia on useampi, lisätään "_kuva+järjestysnumero" tiedostonimeen



- <GTIN>_fiilis2.jpg → 0000123456789_ fiilis_ **kuva2.jpg**, 0000123456789_ fiilis_ **kuva3.jpg**, tai
- <GTIN>_markkinointi2.jpg → 0000123456789_ markkinointi_ **kuva2.jpg**, 0000123456789_ markkinointi_ **kuva3.jpg** ... jne.



Esimerkki 1. Fiiliskuva



Esimerkki 2. Fiiliskuva



Esimerkki 3. Fiiliskuva

3.1.5 Logot (tuotemerkin kuvat)

Brändille on mahdollista toimittaa tuotemerkin kuva (logo), jolloin se esitetään verkkokanavissa tuotesivulla. Tuotetietotiimi ylläpitää logot verkkokaupalle, muissa sisältöasioissa (esimerkiksi bannerit jne.) on suositeltavaa kääntyä tuotealuekohtaisten valikoimakoordinaattoreiden puoleen.

Logon eli tuotemerkki-/brändikuvan nimeäminen (esimerkki: tuotemerkki = Ciraf)

- <Tuotemerkinnimi>_logo.jpg → **ciraf_logo.jpg** (ensisijaisesti käytettävä versio logosta)

Mikäli logokuvia on useampi versio, lisätään "_kuva+järjestysnumero", tiedostonimeen

- <Tuotemerkinnimi>_logo_ **kuva2.jpg** → **ciraf_logo_kuva2.jpg**, **ciraf_logo_kuva3.jpg**, **ciraf_logo_kuva4.jpg** ... jne.



Esimerkki 1. Logo



Esimerkki 2. Logo



Esimerkki 3. Logo

3.1.6 Mallitiedolla nimeäminen

Tuotekuva toimitetaan aina ensisijaisesti EAN-koodilla nimettynä, mutta mikäli EAN-koodia ei ole tiedossa tai hyödynnettävissä on mahdollista nimetä tuotekuva myös mallitiedolla, ao. ohjeen mukaisesti,

Tuotekuvan nimeäminen mallitiedolla tai vastaavalla, mikäli tuotteella ei ole GTIN- eli EAN-koodia



- ET123.45-67.jpg

4 Pikaohje kuvien toimittamiselle ja nimeämiselle

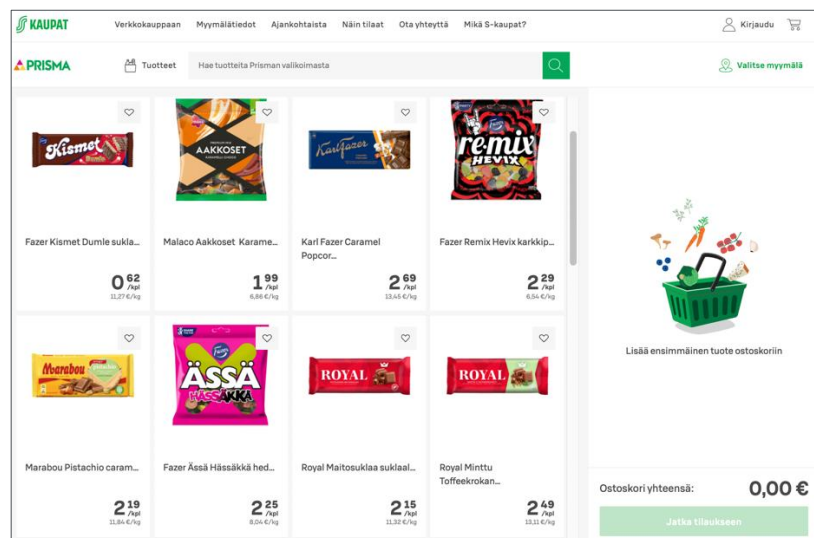
Kuvan pidempi sivu minimissään	2000 pikseliä
Kuvan resoluutio	240 – 300 ppi
Väri	RGB tai CMYK
Kuvan tausta	Läpinäkyvä tausta , tausta tuotteen takaa kokonaan poistettu (tai toissijaisesti valkoinen tausta, RGB 255)
Kuvan raja	Kuvan ympärillä ei tule olla tyhjää tilaa / taustaa (canvasia/marginaalia)
Tiedostomuoto	Ensisijaiset tiedostomuodot: - PSD (taustaton) - PNG (HiRes, taustaton) - JPG
Pääkuvan nimeäminen	Tuotteen 13-merkkinen GTIN (eli EAN-koodi) ja tiedostopääte. Mikäli tuotteen EAN-koodi on alle 13-merkkinen, lisätään koodin eteen nollia riittävän paljon, jotta 13 merkin vaatimus täyttyy. Esimerkki: 0000123456789.jpg
Täydentävien lisäkuvien nimeäminen (1-15 kpl)	EAN-koodin lisäksi: ”_kuva2”, ”_kuva3” jne. tai ”_picture2”, ”_picture3” jne. Esimerkki: 0000123456789_kuva2.jpg, 0000123456789_picture2.jpg
Kosmetiikan Swatch-kuvien (väriläiskä kuvat) nimeäminen	Esimerkki: 0000123456789_swatch.jpg
Mobiilioptimoidun (MRHI) -kuvan nimeäminen	Esimerkki: 0000123456789_mrhi.jpg
Fiiliskuvien nimeäminen	Esimerkki: 0000123456789_fiilis.jpg tai 0000123456789_markkinointi.jpg (lisäkuviin lisäksi: ”_kuva2”, ”_kuva3” tai ”_picture2”, ”_picture3” jne.)
Logojen nimeäminen	Esimerkki: tuotemerkinimi_logo.jpg (lisäkuviin lisäksi: ”_kuva2”, ”_kuva3” tai ”_picture2”, ”_picture3” jne.)



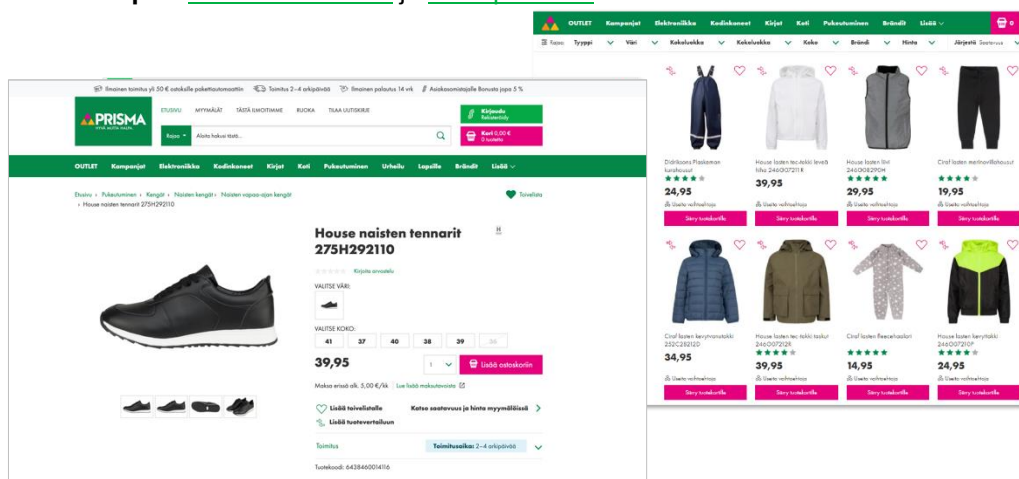
Energiamerkin nimeäminen	Esimerkki: 0000123456789_energiamerkki.jpg tai 0000123456789_energylabel.jpg
Tuoteselosteen nimeäminen	Esimerkki: 0000123456789_tuoteseloste.jpg tai 0000123456789_informativelabel.jpg

5 Esimerkkejä tuotteiden näkyvyydestä verkkokanavissa

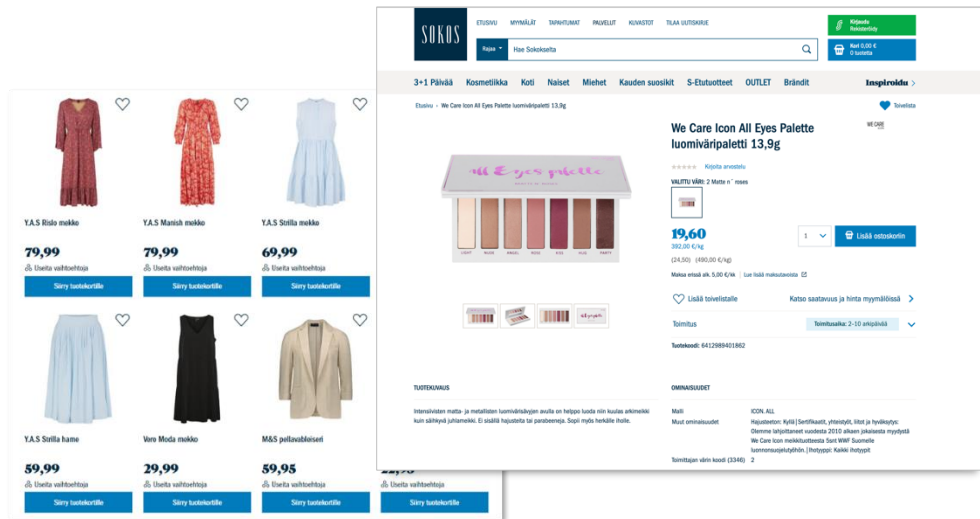
Ruokakaupat: www.s-kaupat.fi



Käyttötavarakaupat: www.kodinterra.fi ja www.prisma.fi



Tavaratalokauppa: www.sokos.fi



6 Esimerkkejä kuvista

6.1 Hyviä tuotekuvia





6.2 Tuotekuvia, jotka eivät ole hyväksyttyjä



Kuvassa useita tuotteita ja tausta.



Kuvan tausta ei ole läpinäkyvä tai valkoinen.



Kuvasuhde on vääristynyt.

6.3 Hyviä täydentäviä kuvia ja fiilis-/markkinointikuvia





Providing product images to S Group

Guidelines for suppliers

Author: Malin Silo, SOK

Owner: SOK Retail Business (Groceries and consumer goods (Market)
and Consumer goods (Department store))

Additional information:

Groceries and consumer goods (Market): marketcontent@sok.fi

Consumer goods (Department store): tuotetiedot.verkkokauppa@sok.fi



Date	Author	Version	Changes
23.4.2021	Sandra Sundbäck	1.0	First draft
1.7.2021	Sandra Sundbäck	1.1	Naming of marketing images updated
3.8.2021	Susanna Järvinen	1.2	Images updated
22.9.2021	Susanna Järvinen	1.3	Data updated
28.10.2021	Malin Silo	1.4	Text updated according to comments by Susanna and Inka, mention of Synkka informative images added
9.12.2021	Malin Silo	1.5	Images updated
15.12.2021	Malin Silo	1.6	Naming and number of additional images



Contents

1	Image usage rights	19
2	General information about product images	20
3	Image requirements and naming.....	21
3.1	Naming images.....	22
3.1.1	Main images, additional images & swatch images	22
3.1.2	MRHI images.....	23
3.1.3	Energy labels & Informative labels	24
3.1.4	Marketing and mood images.....	25
3.1.5	Logos (brand images).....	26
3.1.6	Naming images using product model data	26
4	Quick guide for providing and naming images.....	27
5	Examples of product displays in online channels	29
6	Examples of product images.....	30
6.1	Good product images.....	30
6.2	Product images that are not acceptable	30
6.3	Good supplementary images and mood/marketing images.....	31



7 Image usage rights

By providing an image, you agree to give the right to use and modify it free of charge in sales and marketing channels used by S Group.

The right to use the images remains in effect as long as the product in question is sold via S Group's sales channels and stores.

If the right to use and modify the images expires on a specific date, it must be stated when delivering the images.

By providing an image, you confirm that the supplier is the sole owner of the image and has the right to hand it over for the purpose stated above, and that the rights of a third party are not violated.

If a third party makes an infringement claim, the buyer has the right to defend themselves in the way they consider most appropriate. In this case, the supplier agrees to support the buyer in all reasonable manners. The supplier is responsible for compensating the buyer for all the damages that are the result of an infringement or alleged infringement.



8 General information about product images

Product images are one of the most important factors regarding sales and the appeal of products in online channels. Images are also an important part of product information. The aim of SOK Retail Business is to provide consumers with high-quality images of each product offered for purchase.

In addition to online channels, SOK Retail Business utilizes product images, for example, for internal processes, marketing channels, and marketing material.

The requirement for images is a high resolution (hi-res) image, which allows the use of the image in both printed media and online channels.

1–15 images of a product must be provided. These include a main image and supplementary images.

A main product image must always be provided, and, in addition, providing 1–14 supplementary images is recommended.

- The main image is typically photographed from the front. This is the primary image presented of a product.
- Supplementary (additional) images may include *the product photographed from different angles, a close-up, the product unfolded or unpacked, or photographed in its environment of use, or a mood image.*



Example 1. Main product image and supplementary images



Product images for Groceries and consumer goods (Market) are sent to marketcontent@sok.fi and Consumer goods (Department store) product images to tuotetiedot.verkko-kauppa@sok.fi, unless stated otherwise in the product image request.

We also receive product images via the Synkka product database.*

Further information (in Finnish): <https://gs1.fi/fi/ohjeet/media-osio>

**SynkkaMedia is in the process of implementing informative images. Informative images are product images that illustrate, for example, a product detail, purpose of use, texture, or feature.*

*There may be several informative images for one product, but **SOK's DAM can only receive one informative image per product.***

Synkka enables two different types of informative images: detail image and content/texture image.

However, for the present, the Synkka-DAM integration only supports one informative image type. Only content/texture type images are accepted. Detail/technology images do not flow through the SynkkaMedia - DAM -integration.

9 Image requirements and naming

Product images are mainly used for selling and marketing purposes, and in online channels.

The most important characteristics of a product image are clarity and even quality, and to ensure these, certain quality requirements have been defined for the background and the picture ratio of the product image. The requirements must be strictly followed. Using high quality product images is beneficial in selling and marketing a product.

Image naming practices ensure the correct visibility of images in S Group's publishing processes in different channels. **Kindly follow the naming practices as instructed.**

Definitions of a good product image:

- ✓ The product is well presented.
- ✓ The product may be photographed either with or without its packaging, to the extent possible. The packaging must be undamaged and clean. An image displaying a packaged item must not be presented as the main image.
- ✓ No unnecessary sheen or reflections.
- ✓ The image has been photographed in good lighting, and the shading is neutral.
- ✓ The colors are bright and balanced.
- ✓ The product has been photographed in a natural position, either straight from the front or at a slight angle.
- ✓ **The background is primarily transparent**, if an image with transparent background is not available the background should be white
- ✓ No watermarks or other separate elements (such as certificates, sales arguments, etc.).
- ✓ No best before dates visible.
- ✓ No price information visible.



9.1 Naming images

The supplier names the images using product GTIN codes (i.e. EAN codes).

At least one product image must be provided. This will be the main product image presented in online channels.

In addition to the main image, providing 1-14 additional images, as well as an MRHI image optimized for mobile devices, is recommended. Detailed instructions can be found below.

The GTIN code must consist of 13 characters. If the GTIN contains less than 13 characters, a required number of zeros must be added at the beginning of the code.

If an image is *not* intended to be displayed as a product image in online channels, or the image is not a product image but for example a mood image, it must not be named by using the above method. Instead, the image should be named in the following way: `<GTIN>_markkinointi.jpg`. → e.g.: `0000123456789_markkinointi.jpg`

If there is no GTIN code available for the product, the image must be named using the product model number or other appropriate information. E.g.: `ET123.45-67.jpg`
Using any of the letters å, ä or ö in the product image name is not allowed.

9.1.1 Main images, additional images & swatch images

In addition to main product images, supplementary product images, which make the purchase decision easier for consumers, should be provided (1-14). Supplementary images may present the product from different angles, as a close shot, or uncovered or unpacked and in use.

For products that include several colors, shades, or patterns, variant images must be provided for each color or pattern in addition to the main image. Variant images are named in the same manner as main images (using the variant EAN code in the file name).

Naming product/variant main and supplementary (additional) images using GTIN (EAN) codes

- | | |
|---|--|
| • <code><GTIN>.jpg</code> (mandatory, main product image) | → <code>0000123456789.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_picture2.jpg</code> | → <code>0000123456789_picture2.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_picture3.jpg</code> | → <code>0000123456789_picture3.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_picture4.jpg</code> | → <code>0000123456789_picture4.jpg</code> |
| • <code><GTIN>_picture15.jpg</code> | → <code>0000123456789_picture15.jpg</code> |



*Example 1.
From the front,
primarily with a
transparent back-
ground*



*Example 2.
Additional
image*



*Example 3.
Additional image*



*Example 4.
Additional image*



*Example 5.
Additional image*

- <GTIN>_swatch.jpg (swatch images for color cosmetics) → 0000123456789_swatch.jpg



*Example 1.
Main image*



*Example 2.
Swatch image*

9.1.2 MRHI images

Mobile optimized product images (MRHI, Mobile Ready Hero Image) refer to images that have been edited especially for viewing on small mobile screens and are used for online sales of products. The images have been clarified so that the consumer can easily recognize the product, even though the image is small, and scrolling is done at a fast speed.

Naming mobile optimized product images (Mobile Ready Hero Image i.e. MRHI)

- <GTIN>_mrhi.jpg → 0000123456789_mrhi.jpg



Example 1.
MRHI image



Example 2.
MRHI image



Example 3.
MRHI image



Example 4.
MRHI image



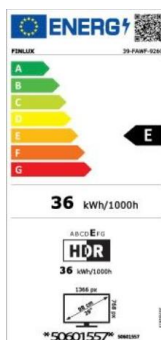
Additional information about general data requirements for MRHI images (in Finnish): [GS1 -standardeista](#)

9.1.3 Energy labels & Informative labels

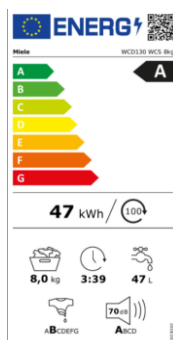
For Internet sales, renting or instalment purchases of certain product categories, an electronic energy label and informative label must be presented. The energy label can be presented as a product image in the webstore, and it will act as an informative label at the same time.

Naming product energy label and informative label images

- <GTIN>_energiamerkki.jpg → 0000123456789_energiamerkki.jpg **or**
<GTIN>_energylabel.jpg → 0000123456789_energylabel.jpg



Example 1.
Energy label



Example 2.
Energy label

- <GTIN>_tuoteseloste.jpg → 0000123456789_tuoteseloste.jpg **or**
<GTIN>_informativelabel.jpg → 0000123456789_informativelabel.jpg



Example 1. Informative label



Example 2. Informative label



Example 3. Informative label

The regulations apply to household

- dishwashers
- refrigerating appliances
- washing machines
- tumble dryers
- televisions
- lamps
- lighting fixtures
- air conditioners
- ovens
- range hoods
- water heaters and hot water storage tanks
- space and combination heaters

More information is available on Tukes' website (in Finnish/Swedish): [Sähköinen energiamerkintä ja tuoteseloste.](#)

9.1.4 Marketing and mood images

"Atmosphere" or "mood images" intended for marketing purposes may also be provided for products or product families. These images are mainly utilized for separate marketing activities and are not automatically connected to the webstore publishing process, although they may be used in the webstore.

Naming product images aimed for marketing purposes (mood images)

- <GTIN>_markkinointi.jpg → 0000123456789_ markkinointi.jpg or
<GTIN>_fiilis.jpg → 0000123456789_ fiilis.jpg



If there are several mood or marketing images,” _picture+running number” should be added to the file name

- <GTIN>_fiilis2.jpg → 0000123456789_ fiilis_picture2.jpg, 0000123456789_ fiilis_picture3.jpg, or
- <GTIN>_markkinointi2.jpg → 0000123456789_markkinointi_picture2.jpg, 0000123456789_markkinointi_picture3.jpg ... etc.



Example 1. Mood image



Example 2. Mood image



Example 3. Mood image

9.1.5 Logos (brand images)

A brand image (logo), which will be displayed on the product page in online channels, may also be provided. Webstore brand images are maintained by the product data team, and with other content related matters (such as banners etc.) contacting the product category specific assortment coordinator is recommended.

Naming logos, i.e. brand images (example: brand = Ciraf)

- <Brandname>_logo.jpg → ciraf_logo.jpg (the primary version of the logo used)

If there are several versions of a brand image,” _picture+running number” should be added to the file name

- <Brandname>_logo_picture2.jpg → ciraf_logo_picture2.jpg, ciraf_logo_picture3.jpg, ciraf_logo_picture4.jpg ... etc.



Example 1. Logo



Example 2. Logo



Example 3. Logo

9.1.6 Naming images using product model data

Primarily, product images should always be named using EAN codes, but in the case that an EAN code is unavailable, images may also be named using the product model information, as instructed below.



Naming product images with no GTIN or EAN code, using product model number or other appropriate information

- *ET123.45-67.jpg*

10 Quick guide for providing and naming images

Minimum size of longest side	2000 pixels
Image resolution	240–300 ppi
Color	RGB or CMYK
Image background	Transparent background, background behind the item is completely removed (or, secondarily, a white background, RGB 255)
Image cropping	No empty space/background (canvas/margin) around the image
File format	Primary file formats: - PSD (no background) - PNG (HiRes, no background) - JPG
Naming the main image	The product GTIN (i.e. EAN code) consisting of 13 characters, and the format ending. If the EAN code contains less than 13 characters, a required number of zeros must be added at the beginning of the code. Example: 0000123456789.jpg
Naming the supplementary images (1-15 pcs)	In addition to the EAN code: “_kuva2”, “_kuva3” etc. or “_picture2”, “_picture3” etc. Example: 0000123456789_kuva2.jpg, 0000123456789_picture2.jpg
Naming swatch images for cosmetics	Example: 0000123456789_swatch.jpg
Naming a mobile optimized (MRHI) image	Example: 0000123456789_mrhi.jpg
Naming mood images	Example: 0000123456789_fiilis.jpg or 0000123456789_markkinointi.jpg (for supplementary images in addition: “_kuva2”, “_kuva3” or “_picture2”, “_picture3 etc.”)
Naming brand images	Example: brandname_logo.jpg (for supplementary images in addition: “_kuva2”, “_kuva3” or “_picture2”, “_picture3” etc.)

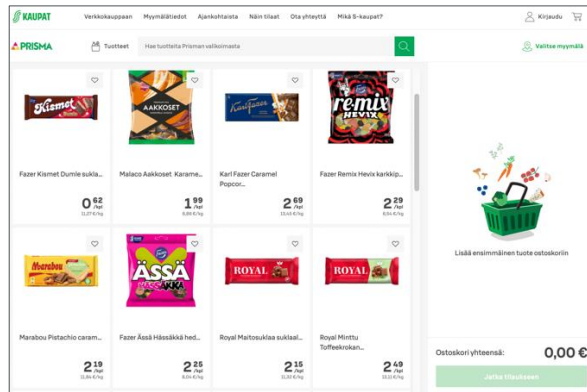


Naming energy labels	<i>Example: 0000123456789_energiamerkki.jpg or 0000123456789_energylabel.jpg</i>
Naming informative labels	<i>Example: 0000123456789_tuoteseloste.jpg or 0000123456789_informativelabel.jpg</i>

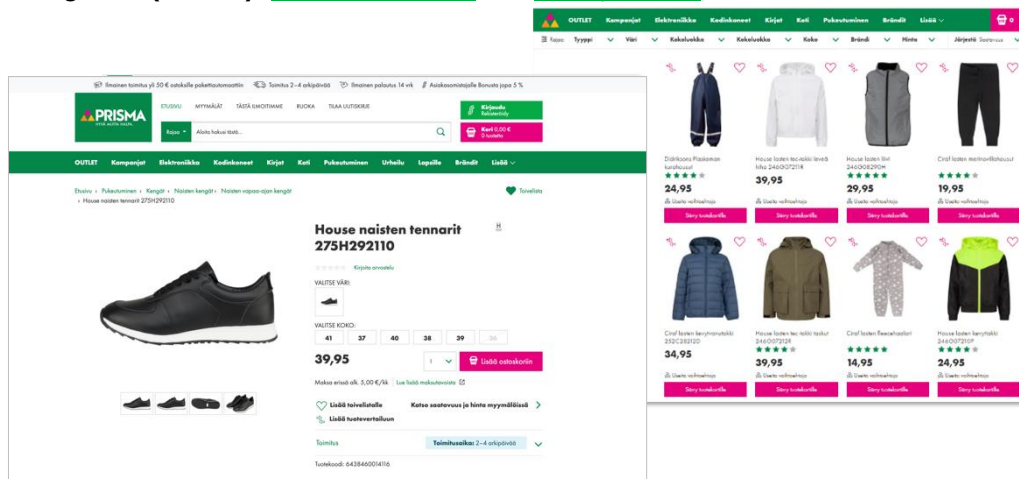


11 Examples of product displays in online channels

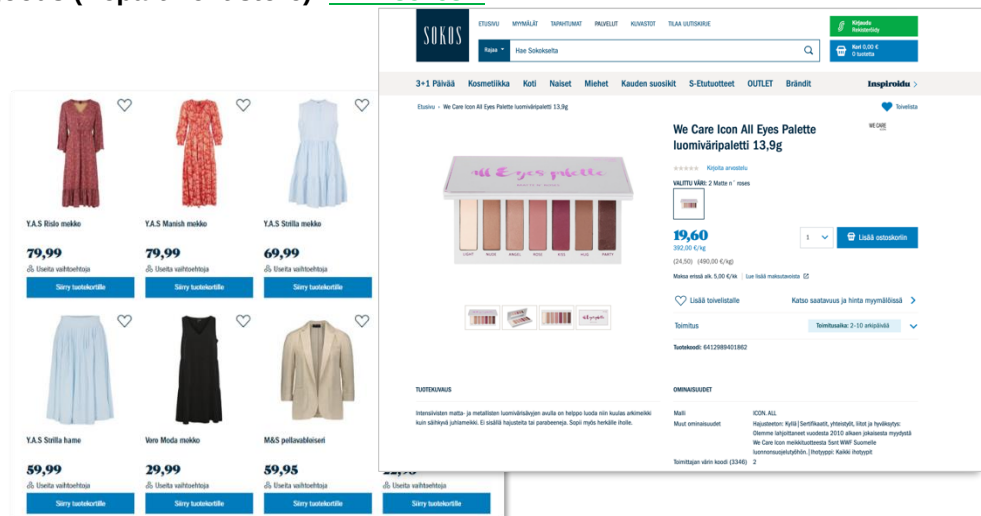
Groceries: www.s-kaupat.fi



Consumer goods (Market): www.kodinterra.fi and www.prisma.fi



Consumer goods (Department store): www.sokos.fi





12 Examples of product images

12.1 Good product images



12.2 Product images that are not acceptable



The image includes several products and a background.



The image background is not transparent or white.



The image ratio is distorted.



12.3 Good supplementary images and mood/marketing images

