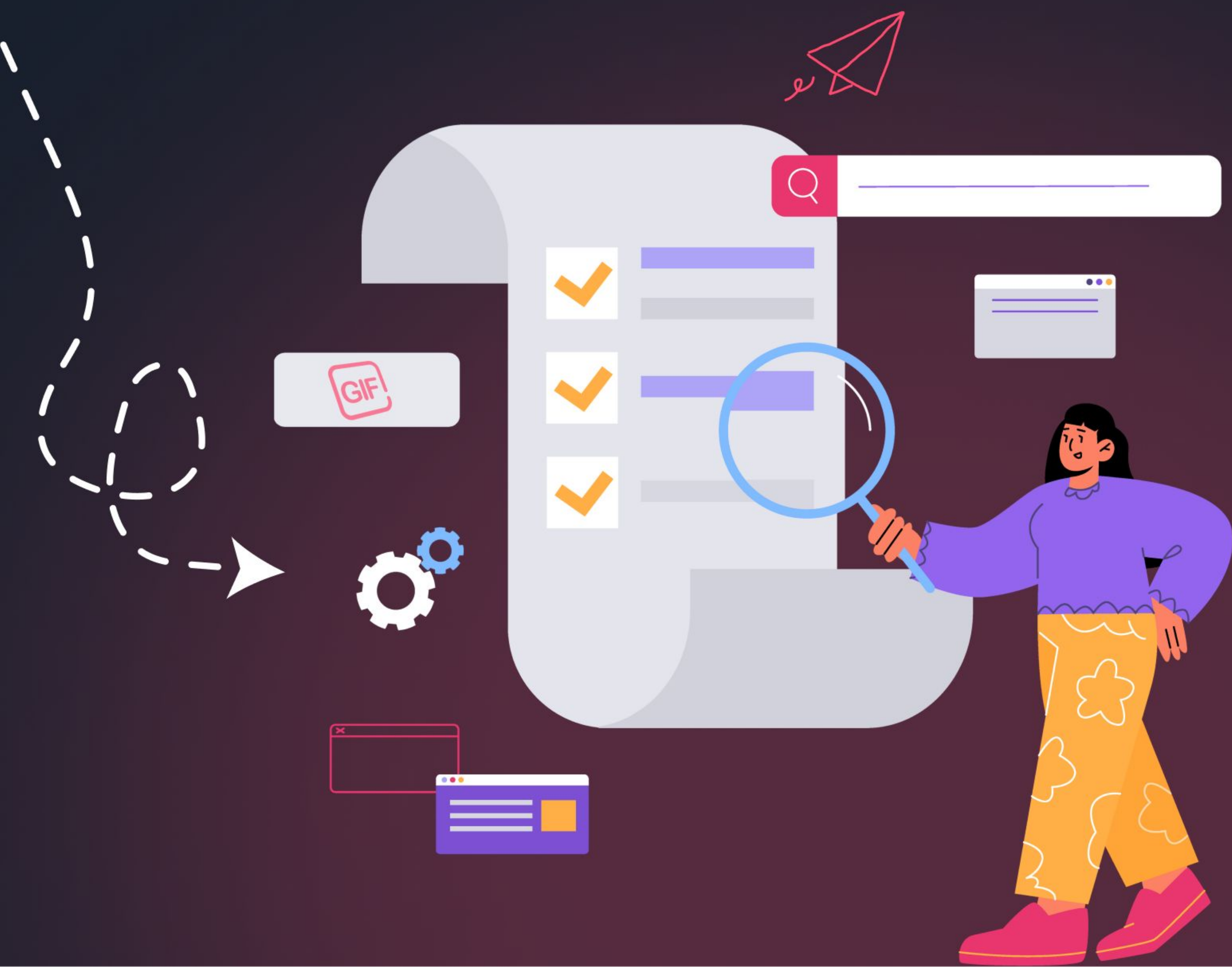


signitic

Padroneggia l'arte delle GIF

Tecniche e strumenti per animazioni perfette
nelle tue firme e-mail



Indice Dei Contenuti

Introduzione	01
Storia della GIF	02
Capire il peso di una GIF	03
Compatibilità con i client di posta	05
Le 9 regole d'oro	06
I nostri 3 strumenti preferiti	07
La nostra arma segreta: EZGIF	11
Bonus	14
La nostra checklist	15
La soluzione Signitic	16



Introduzione

In un mondo in cui l'attenzione si misura in secondi, le GIF animate sono diventate un'arma formidabile per catturare e coinvolgere il tuo pubblico. Ma padroneggiare l'arte delle GIF non è solo una questione di creatività: servono tecnica, ottimizzazione e gli strumenti giusti per ottenere animazioni fluide, leggere e d'impatto. Questa guida ti accompagnerà alla scoperta delle best practice e degli strumenti essenziali per creare GIF perfette. Che tu sia alle prime armi, un utente intermedio o un esperto, troverai tutte le chiavi per progettare animazioni efficaci in modo semplice e intuitivo.



Storia della GIF

La GIF, Graphics Interchange Format, è stata creata nel 1987 da Steve Wilhite, ingegnere presso CompuServe, uno dei primi provider di servizi online negli Stati Uniti. Il formato nasce con l'obiettivo di consentire una compressione senza perdita di qualità e una condivisione universale delle immagini. In origine, la GIF non supportava l'animazione: era pensata per trasmettere immagini ad alta risoluzione in un'epoca in cui le limitazioni tecnologiche rendevano tutto questo particolarmente complesso.

La prima versione del formato, conosciuta come GIF87a, aprì la strada alla successiva GIF89a, che introdusse la possibilità di visualizzare più immagini in sequenza, dando così origine alla GIF animata come la conosciamo oggi. La primissima GIF animata caricata su Internet mostrava un aereo che sorvolava un cielo azzurro.

Steve Wilhite si è espresso anche sulla pronuncia: è "JIF" (come la marca di burro di arachidi) e non 'GUIF' con la g dura. Tra le prime GIF famose c'è "Dancing Baby", che rimane un'icona culturale del web.

Le GIF hanno conosciuto una rinascita con l'avvento dei social network e degli smartphone, diventando uno strumento universale di espressione digitale. La facilità d'uso e le limitazioni tecniche hanno stimolato la creatività, trasformando il formato in un potente mezzo di comunicazione visiva. Oggi, miliardi di GIF vengono scambiate ogni giorno, a dimostrazione del fatto che questo formato senza tempo rimane una forza culturale importante.



Steve Wilhite



La prima GIF

Capire il peso di una GIF

Hai mai inserito una GIF in un'e-mail e notato dei rallentamenti?

Questo problema deriva spesso da una scarsa comprensione dei due “pesi” di una GIF: il peso su disco, che corrisponde alla dimensione del file, e il peso in memoria, ovvero le risorse necessarie per visualizzarla. Questi due aspetti hanno impatti diversi sull'esperienza dell'utente, e comprenderli è fondamentale per realizzare GIF di qualità, allo stesso tempo leggere e performanti.

Il peso su disco di una GIF → Il contenuto che scarichi

Il peso su disco corrisponde allo spazio occupato da una GIF su un hard disk o su un server. Dipende da diversi fattori tecnici, tra cui:

- **Risoluzione:** più grande è la GIF (in pixel), maggiore sarà il suo peso. Una GIF da 800×800 px pesa molto di più rispetto a una da 200×200 px.
- **Palette di colori:** sebbene limitata a 256 colori, un'immagine complessa con molte sfumature aumenta il peso del file.
- **Animazione:** ogni fotogramma aggiunto all'animazione ne aumenta il peso.
- **Compressione:** le GIF utilizzano una compressione senza perdita di qualità, efficace quando l'immagine contiene aree ripetitive o colori uniformi.

Una GIF statica è quindi spesso molto più leggera di una GIF animata, a causa del numero di fotogrammi che contiene.

Il peso in memoria di una GIF → Il contenuto che visualizzi

Il peso in memoria indica la quantità di RAM utilizzata per visualizzare o elaborare la GIF in un programma o in un browser. Spesso è superiore al peso su disco perché:

- La GIF viene decompressa in memoria per poter essere visualizzata.
- Ogni fotogramma dell'animazione viene convertito in una bitmap, ovvero una matrice completa di pixel.
- Più fotogrammi contiene la GIF, maggiore sarà la quantità di RAM necessaria.

Esempio:

Una GIF da 200×200 pixel con 256 colori può pesare 50 KB su disco.

Ma una volta caricata, ogni fotogramma può occupare circa 120 KB in memoria, e questo valore va moltiplicato per il numero totale di fotogrammi dell'animazione. Se la tua GIF contiene 10 fotogrammi:

- *Peso su disco: 50 Kb.*
- *Peso in memoria: 1.2 MB.*



Ma quale peso si deve considerare quando si integra una GIF?

Quando integri una GIF, soprattutto in un'email, è il peso in memoria quello da considerare con la massima attenzione. Perché? Perché determina le risorse necessarie a visualizzare correttamente la GIF sui dispositivi dei tuoi destinatari. Un peso in memoria troppo elevato può causare tempi di caricamento lunghi, o addirittura impedire alla GIF di essere visualizzata correttamente, soprattutto su dispositivi meno recenti o con connessioni limitate.

Come scoprirlo?

1. Tieni conto della risoluzione (larghezza × altezza in pixel) e moltiplicala per il numero di fotogrammi dell'animazione.
2. A questo si aggiunge la conversione in bitmap (ogni pixel viene trasformato in dati che occupano spazio in memoria)
3. Oppure, più semplicemente, puoi usare uno strumento dedicato che calcola automaticamente il peso in memoria della GIF.

Semplificati la vita con Signitic!

Conoscere il peso in memoria può essere complesso, ma con Signitic è un gioco da ragazzi. Carica la tua GIF direttamente nel nostro strumento di creazione campagne e un indicatore ti mostrerà in tempo reale il suo peso in memoria. Potrai così regolare le impostazioni per ottenere un banner GIF performante, di alta qualità e leggero.



Le GIF sono compatibili con tutti i client di posta?

Non tutti i client email gestiscono le GIF allo stesso modo. Gmail, Apple Mail e la maggior parte dei servizi moderni visualizzano le GIF animate senza problemi. Tuttavia, alcune versioni di Outlook supportano solo la prima immagine (o fotogramma) della GIF, il che può compromettere la leggibilità del messaggio.

Ecco i dettagli per ciascuna versione:



VERSIONI DI OUTLOOK COMPATIBILI:

1. Outlook 2019 per Windows e Microsoft 365

- Supporta GIF animate dall'aggiornamento 1901 in poi (rilasciato a Gennaio 2019).
- Le animazioni vengono riprodotte correttamente, ma è sempre una buona idea testare le tue GIF.

2. Outlook per Mac

- Supporto completo per le GIF animate, simile ad Apple Mail.

3. Outlook Web (Outlook.com)

- Compatibile con le GIF animate, con riproduzione fluida delle animazioni.

4. Outlook Mobile (iOS e Android)

- Supporta GIF animate con riproduzione fluida.



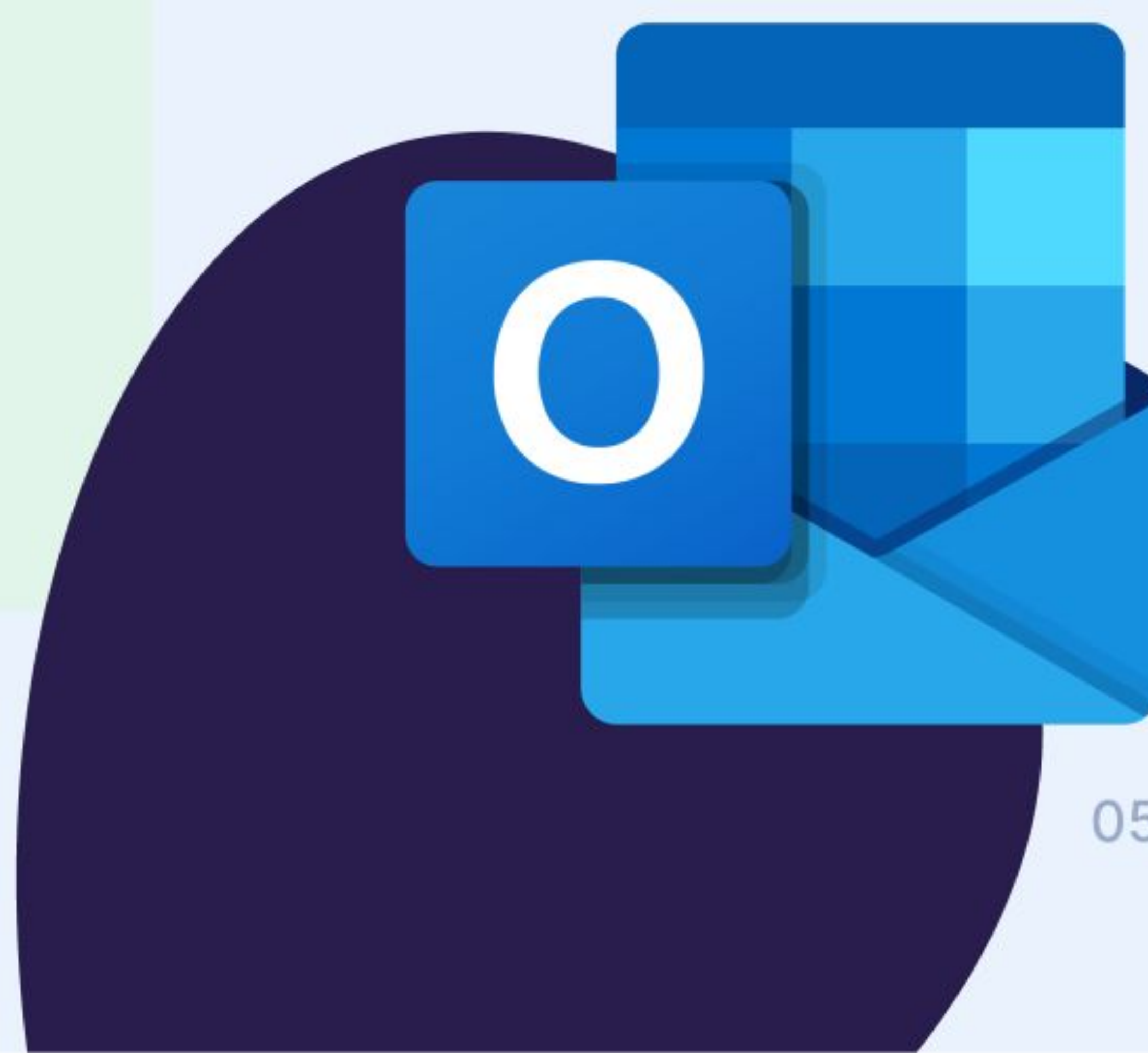
VERSIONI DI OUTLOOK LIMITATE:

1. Outlook 2016 per Windows e versioni precedenti

- Le GIF animate non sono supportate. Viene visualizzato solo il primo fotogramma come immagine statica.

2. Outlook 2013 e Outlook 2010 per Windows

- Non supporta le GIF animate.



Le 9 regole d'oro per creare una GIF

Pianifica il tuo messaggio

Identifica lo scopo della tua GIF. Che si tratti di attirare l'attenzione, illustrare un concetto o rafforzare il tuo branding, mantienila chiara e concisa.

Scegli lo strumento giusto

Ogni strumento ha i suoi punti di forza, che descriviamo più nel dettaglio qui sotto. Scegli quello più adatto al tuo livello e alle tue esigenze.

Attenzione alle dimensioni

Preferisci un formato 600×200 px per una firma email, per garantire la massima compatibilità su diversi dispositivi.

Design minimalista

Adotta un approccio essenziale. Visual semplici e animazioni leggere migliorano la leggibilità e riducono il peso del file.

Aggiungi una CTA

Invita all'azione con un pulsante coinvolgente ed esplicito, come "Clicca qui" o "Scopri".

Limita i fotogrammi

La tua GIF non deve superare i 10 fotogrammi, per garantire un'animazione fluida ed evitare un peso eccessivo.

Cura il primo fotogramma

Come abbiamo visto sopra, alcuni client di posta, come le versioni più vecchie di Outlook, visualizzano solo la prima immagine.

Anteprima e test

Prima della distribuzione, verifica che la tua GIF funzioni correttamente, che sia fluida e compatibile con i browser e i client email di destinazione.

Ottimizza il peso finale

Riduci le dimensioni del file con strumenti come EZGIF o ImageOptim.



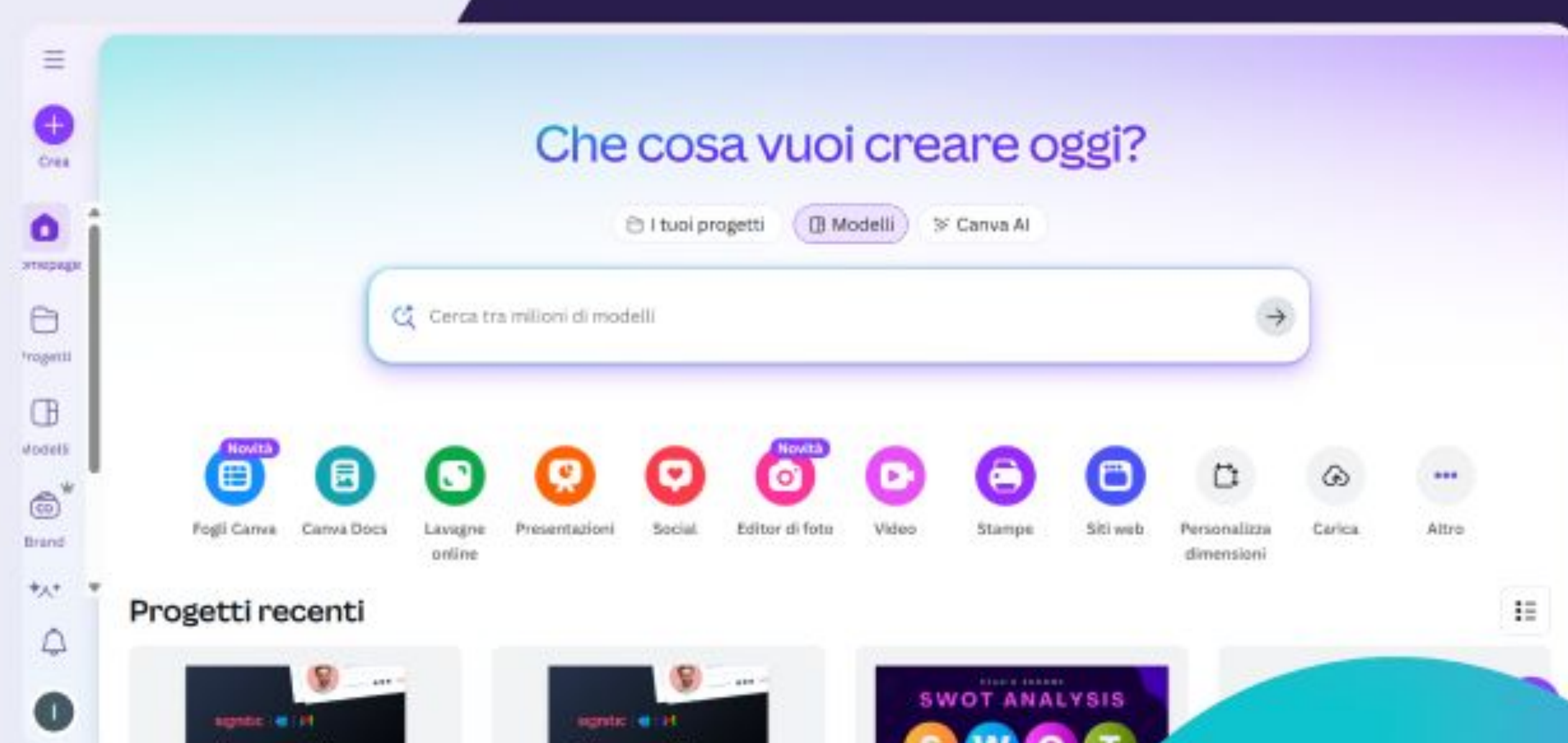
I nostri 3 strumenti preferiti per creare GIF facilmente

Creare una GIF di qualità dipende dalla scelta dello strumento giusto e dal metodo utilizzato. Ecco la nostra selezione dei tre migliori strumenti, accompagnata da una guida passo passo per realizzare un banner GIF da 600×200 px, ideale per le tue firme.



Canva

Lo strumento più semplice e accessibile per i principianti



Canva

Vantaggi: gratuito nella versione base, interfaccia semplice e intuitiva, numerose risorse grafiche disponibili senza bisogno di passare a un piano a pagamento.

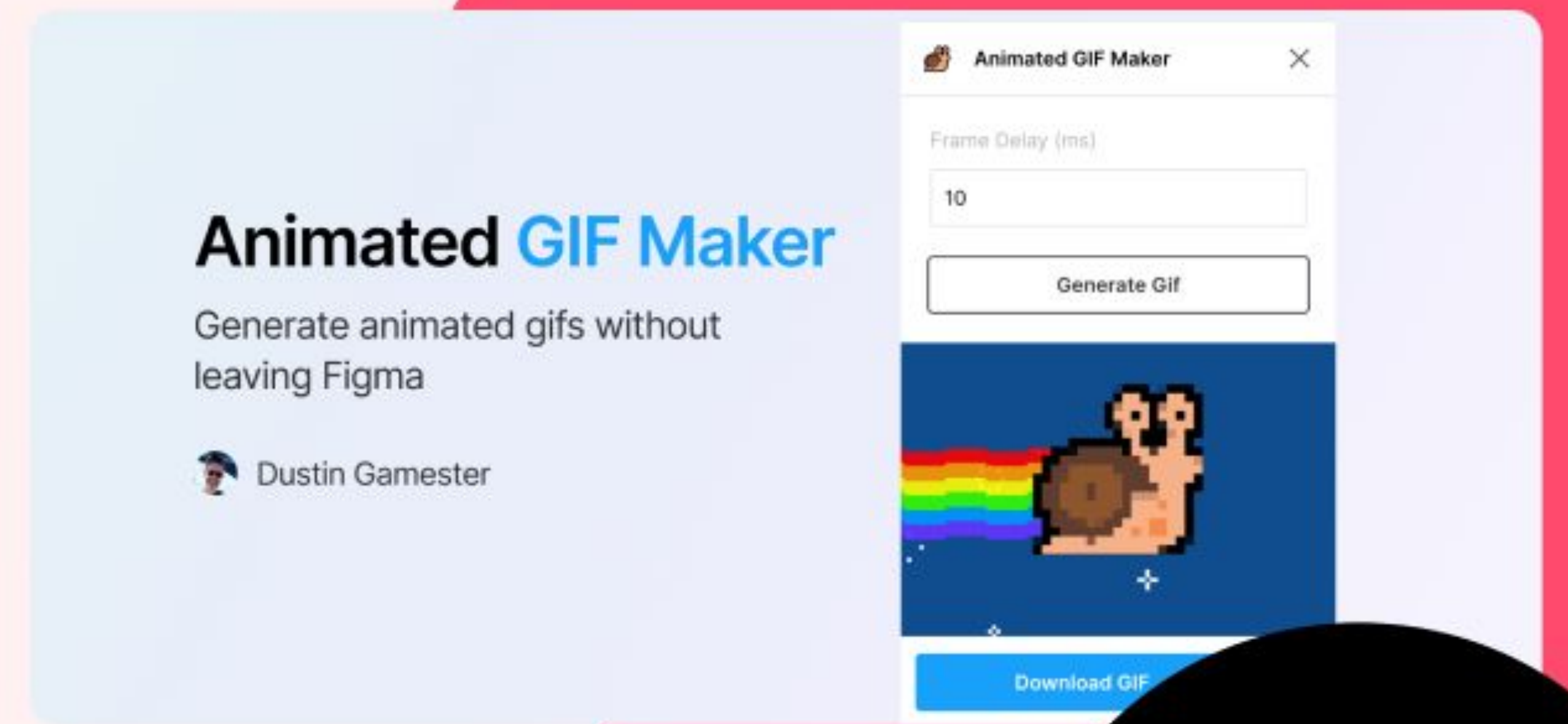
Svantaggi: le funzionalità avanzate richiedono un abbonamento a pagamento, opzioni di animazione limitate.

Crea una GIF con Canva

- 01 Accedi al tuo account Canva (o creane uno).
- 02 Clicca su "Crea un progetto" e scegli dimensioni personalizzate (600×200 pixel).
- 03 Aggiungi gli elementi grafici, i testi e le immagini necessari per la tua animazione.
- 04 Applica animazioni semplici agli elementi tramite la scheda "Animazione".
- 05 Visualizza l'anteprima della tua animazione per assicurarti che tutto funzioni correttamente.
- 06 Esporta selezionando "GIF" come formato nell'opzione "Condividi > Scarica".

Figma

Lo strumento che mette d'accordo creativi e sviluppatori



Vantaggi: integrato in un flusso di lavoro di design, ottimo per chi è abituato a Figma.

Svantaggi: meno adatto ad animazioni complesse o dinamiche.

Crea una GIF con Figma

- 01 Installa il plugin “Animated GIF Maker” dalla community di Figma.
- 02 Crea un nuovo layout impostando dimensioni personalizzate di 600×200 px.
- 03 Aggiungi elementi grafici e crea transizioni o animazioni sui tuoi livelli.
- 04 Avvia il plugin per configurare i parametri dell'animazione (durata, velocità, ecc.).
- 05 Visualizza l'anteprima della tua GIF per verificarne la resa.
- 06 Esporta direttamente in formato GIF tramite il plugin.

Adobe Photoshop

Lo strumento di riferimento essenziale per l'editing di elementi grafici



Vantaggi: controllo preciso dei fotogrammi, gestione avanzata di colori e livelli, qualità professionale.

Svantaggi: richiede formazione per padroneggiare le funzioni avanzate.

Crea GIF con Adobe Photoshop

- 01 Apri Photoshop e crea un nuovo documento con dimensioni 600×200 pixel.
- 02 Importa le tue immagini o il video in livelli separati.
- 03 Accedi alla finestra "Timeline" tramite il menu "Finestra > Timeline".
- 04 Seleziona "Crea animazione fotogramma" nella Timeline.
- 05 Configura ogni fotogramma regolando la durata e l'ordine dei livelli visibili per ciascuna fase.
- 06 Visualizza l'anteprima cliccando sul pulsante di riproduzione.
- 07 Esporta la tua animazione in formato GIF tramite "File > Esporta > Salva per Web". Regola le impostazioni di colore e compressione e verifica che il file finale resti leggero.
- 08 Testa la GIF per assicurarti che venga visualizzata correttamente in un'email.

La nostra arma segreta

Se hai seguito le nostre 9 regole essenziali, a questo punto avrai già ottenuto una GIF di buona qualità e peso contenuto. Ma non basta! Vogliamo svelarti la nostra arma segreta per ridurre ulteriormente il peso senza perdere qualità: EZGIF.



Ezgif

Lo strumento essenziale per ottimizzare le tue GIF. Ecco cosa può fare per te:



01

Riduci il numero di fotogrammi

- **Perché?**

Passare da 20 a 10 FPS può dimezzare il peso di una GIF!

- **Come?**

- a. Vai su EZGIF e carica il file GIF.
- b. Seleziona "Optimize" o "Cut" per rimuovere i fotogrammi superflui.
- c. Regola i parametri per ottenere un massimo di 50 fotogrammi mantenendo un'animazione fluida.

02

Limita la durata dell'animazione

- **Perché?**

Le animazioni lunghe aumentano il peso e possono far perdere l'attenzione del lettore.

- **Come?**

- a. Carica il file su EZGIF.
- b. Usa lo strumento "Cut" per definire i punti di inizio e fine dell'animazione.
- c. Conferma per accorciare la durata e ridurre la dimensione del file.

03 **Applica una compressione avanzata**

- **Perché?**

La compressione ottimizzata può ridurre le dimensioni del file fino al 50%.

- **Come?**

a. Nella sezione "Optimize", scegli l'opzione di compressione "Lossy GIF".

b. Regola il livello di compressione per ridurre significativamente la dimensione mantenendo una qualità visiva accettabile.

04 **Riduci la palette di colori**

- **Perché?**

Una palette più ridotta (64 o 128 colori) diminuisce il peso senza compromettere la qualità percepita.

- **Come?**

a. Sempre nella sezione "Optimize", modifica la palette di colori utilizzando un numero ridotto di colori (ad esempio 64 o 128).

b. Questo riduce il peso della GIF mantenendo intatto l'aspetto generale.

IL NOSTRO CONSIGLIO

Inizia sempre con l'opzione "Optimize", che applica una versione condensata di tutte le ottimizzazioni. Se dopo questo trattamento la tua GIF risulta ancora troppo pesante, ricaricala su EZGIF e applica ulteriori modifiche.



Bonus

Rimuovi i metadata per rendere la tua GIF ancora più leggera. Un ultimo passaggio fondamentale per ottimizzare la GIF è eliminare i metadata inutili. Questi dati, come le informazioni sull'autore o sul software utilizzato, appesantiscono il file senza apportare alcun valore.

Per farlo, consigliamo lo strumento **Raw Pics IO Metadata Remover**. Questo tool online ti permette di pulire i tuoi file in pochi clic, garantendo una riduzione del peso senza compromettere la qualità visiva.





Checklist

Se spunti tutte le caselle, la tua GIF sarà perfetta!

- 01** Non superare i 600 × 200 px ☐
- 02** Non superare i 10 fotogrammi ☐
- 03** Crea un visual semplice ☐
- 04** Aggiungi una CTA con redirect ☐
- 05** Controlla il peso in memoria ☐
- 06** Ottimizza il peso della GIF ☐
- 07** Elimina i metadati ☐
- 08** Prova la GIF prima di inviarla ☐
- 09** Usa Signitic ☐



Le tue firme e-mail con il pilota automatico

È il momento di garantire la coerenza nelle firme elettroniche di tutti i membri del tuo team.

Personalizzazione, rispetto dell'identità aziendale e integrazione di messaggi informativi sono ora le basi della tua strategia di comunicazione. Con la nostra piattaforma, **creare e gestire campagne diventa semplice e intuitivo**.

La nostra soluzione ti permette di **raggiungere efficacemente il tuo pubblico, organizzare al meglio la tua struttura, effettuare test A/B** e molto altro!

Ora puoi **automatizzare e centralizzare** le firme all'interno della tua organizzazione. Niente più tempo sprecato a gestire codice HTML per ogni team!

Finalmente il tuo reparto comunicazione può gestire e sfruttare facilmente le firme elettroniche aziendali grazie a una **piattaforma intuitiva**. Dì addio alla segmentazione manuale, ai database non sincronizzati e alle distribuzioni faticose.

