



Checklist di lavoro

Checklist operativa per le immagini prodotte

Accetta un lotto di immagini prima della pubblicazione, con una prova per ogni controllo.

Francesco Guiducci

Edizione ottobre 2026 · Italiano

ifgdigital.com

Uso personale o interno alla propria attività; distribuzione non autorizzata vietata.

Sommario

Come usare questa checklist	3
Scheda del lotto	3
1 · Prima dello shooting	3
2 · Durante la produzione	4
3 · Esporta e conserva gli originali	4
4 · Controlla peso e resa insieme	4
5 · Scrivi alternative testuali utili	5
6 · Verifica galleria e varianti	5
7 · Firma l'accettazione	6
Prossima risorsa	6

Come usare questa checklist

Usa questa scheda per accettare un lotto di immagini prima della pubblicazione. Ogni controllo richiede una prova sul prodotto o sulla pagina. Una casella vuota indica lavoro da fare; «non applicabile» richiede una motivazione.

Sono Francesco Guiducci, consulente e sviluppatore Shopify freelance a Roma. La checklist separa tre cose: qualità della fotografia, configurazione dei media e risultato nel tema. Caricare un file non dimostra che venga mostrato correttamente.

Scheda del lotto

Campo	Da compilare
Categoria e prodotti (ID e varianti)	...
Responsabile	...
Data e versione	...
Tema e ambiente (identità, anteprima o pubblico)	...
Rapporto di formato scelto e motivazione	...
Pagine di prova (URL)	...
Esito (approvato, da correggere, non verificato)	...

1 - Prima dello shooting

- ☐ Il campione fotografato corrisponde alla variante venduta.
- ☐ La lista degli scatti copre aspetto, dettagli, uso e scala quando servono alla scelta.
- ☐ Fondale, luce e ritaglio seguono una regola concordata per la categoria.
- ☐ Fotografo e committente hanno chiarito quali utilizzi delle immagini sono consentiti.
- ☐ Per persone riconoscibili, luoghi e marchi di terzi sono state verificate le condizioni d'uso applicabili; le eventuali autorizzazioni sono archiviate.

Prova pratica. Prepara un solo prodotto completo e approvalo prima di fotografare il lotto. Non imporre lo stesso rapporto a tutte le categorie: controlla come il tema usa l'immagine nella griglia e nella pagina prodotto.

2 - Durante la produzione

- ☐ Illuminazione e bilanciamento del bianco sono coerenti fra gli scatti.
- ☐ Colori e finiture sono confrontati con il campione reale in condizioni controllate.
- ☐ Riflessi, messa a fuoco e dettagli permettono di valutare il prodotto.
- ☐ La post-produzione non altera dimensioni, materiali o prestazioni percepite.
- ☐ Gli accessori fotografati ma non inclusi sono indicati nel testo della pagina.

Per un tessuto servono colore, trama e vestibilità; per un oggetto tecnico possono contare connettori, scala e compatibilità. Il numero degli scatti dipende dalle domande a cui l'immagine deve rispondere: non esiste un minimo universale di tre o otto immagini.

3 - Esporta e conserva gli originali

- ☐ Gli originali e il preset di esportazione sono conservati separatamente dai file web.
- ☐ Nome file e variante sono riconoscibili. modello-colore-vista-01.jpg è un esempio di convenzione, non un requisito Shopify.
- ☐ Il profilo colore è adatto al web e la resa è stata controllata nel browser.
- ☐ I metadati non necessari, soprattutto coordinate e dati personali, sono rimossi dalla copia web.
- ☐ Il formato conserva ciò che serve: trasparenza, dettaglio o animazione, se prevista.

Limiti Shopify per le immagini. Fino a 5000 × 5000 pixel o 25 megapixel, file sotto i 20 MB. Shopify indica PNG come formato preferito, poi JPEG; accetta anche TIFF, BMP, GIF, SVG, HEIC e WebP, con GIF e WebP animati supportati. Per immagini quadrate 2048 × 2048 pixel di norma si visualizza al meglio: è una raccomandazione, non un minimo obbligatorio per ogni media. Shopify consiglia un unico rapporto di formato per le immagini principali, così le collezioni mostrano riquadri uniformi. Il tema determina la resa finale.

Per gli altri media: i video accettano .mp4, .mov e .webm, fino a 10 minuti, 1 GB e 4K; i modelli 3D accettano GLB e USDZ, fino a 500 MB. Video e 3D richiedono un tema che li supporti.

4 - Controlla peso e resa insieme

- ☐ Le dimensioni in pixel bastano per la visualizzazione e lo zoom previsti.
- ☐ Due esportazioni sono state confrontate a dimensione reale su un dettaglio difficile.
- ☐ La pagina non mostra artefatti evidenti dopo la compressione.
- ☐ La rete del browser mostra immagini proporzionate allo spazio in cui appaiono.
- ☐ L'immagine principale visibile all'apertura non viene ritardata inutilmente.
- ☐ Le immagini successive non causano salti del layout durante il caricamento.

Un obiettivo di 120–300 KB può essere un punto di partenza interno per una prova. Non è una soglia Shopify e non basta per approvare la pagina. Registra dimensione, formato, peso trasferito e qualità osservata. Non prescrivere il caricamento differito a tutte le immagini: la prima visibile può richiedere un trattamento diverso.

5 - Scrivi alternative testuali utili

- ☐ Ogni immagine informativa ha un'alternativa che comunica il contenuto necessario nel contesto.
- ☐ Le differenze visive che servono a scegliere una variante sono descritte.
- ☐ Le immagini puramente decorative hanno alternativa vuota (`alt=""`) quando il contesto lo richiede.
- ☐ Un'immagine usata come controllo descrive l'azione, non il suo aspetto.
- ☐ Le informazioni essenziali presenti nella grafica sono disponibili anche nel testo della pagina.

W3C WAI non fissa un limite di caratteri: per un'immagine informativa chiede almeno una breve descrizione delle informazioni essenziali. Non usare quindi 125 caratteri come limite universale di accessibilità; l'alternativa deve essere breve quanto basta e completa per lo scopo. Se il testo compare già vicino all'immagine, l'alternativa vuota evita la ripetizione.

Esempio. «Zaino modello Lino blu, tasca laterale aperta con borraccia» è utile se la tasca è il dettaglio mostrato. «Miglior zaino economico acquista online» non lo è.

L'alt text del media va gestito nel campo apposito. Un metafield aggiuntivo non viene letto automaticamente dal tema: usalo per crediti o dati editoriali solo quando il collegamento è verificato.

6 - Verifica galleria e varianti

- ☐ La prima immagine identifica il prodotto acquistabile.
- ☐ Ogni variante selezionata mostra il media previsto.
- ☐ Il ritaglio mantiene visibili le parti importanti in griglia e nella pagina prodotto.
- ☐ Il punto focale, dove è supportato, è verificato nelle superfici in cui viene applicato.
- ☐ Miniature, scorrimento, zoom e chiusura della galleria sono utilizzabili da tastiera e touch.
- ☐ Video o 3D hanno uno scopo concreto e non ostacolano l'uso della pagina.

Scenario. Seleziona la variante A, apri lo zoom, chiudilo, seleziona la B e torna alla A. Registra immagine e testo mostrati dopo ogni passaggio. Ripeti da una collezione: la miniatura non deve suggerire una variante diversa da quella proposta.

7 · Firma l'accettazione

Controllo	Prova	Esito	Correzione e responsabile
Corrispondenza prodotto	Campione e variante	...	...
Mobile e desktop	URL, dispositivo, viewport	...	...
Zoom e ritaglio	Dettaglio controllato	...	...
Alternative testuali	Immagine e contesto	...	...
Peso e caricamento	Misura o screenshot	...	...
Diritti d'uso	Riferimento al documento	...	...

Chiusura. Approva solo il lotto verificato. Un test su una pagina non copre automaticamente gli altri template. Ripeti i controlli dopo una modifica alla galleria o al sistema di immagini, e sui nuovi lotti con lo stesso criterio.

Prossima risorsa

Usa il Template pagina prodotto per allineare immagini, descrizione e dati tecnici. Questa checklist collauda i media: non riscrive la pagina né garantisce conversioni.

Fonti

- Shopify Help Center, tipi di media prodotto: <https://help.shopify.com/en/manual/products/product-media/product-media-types>
- W3C WAI, alternative testuali delle immagini: <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/>
- W3C WAI, albero decisionale per le alternative testuali: <https://www.w3.org/WAI/tutorials/images/decision-tree/>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.