

Contenuti A+ su Amazon: chi può usarli, moduli e regole

I contenuti A+ sono riservati a chi ha il piano Professionale e un ruolo sul marchio nel Registro marche. Sono gratuiti, passano una revisione fino a sette giorni lavorativi e hanno divieti precisi: niente prezzi, garanzie, contatti o confronti con i concorrenti.



Team Punto Zero

AGGIORNATA IL 24 SETTEMBRE 2026 • 8 MIN DI LETTURA

IN QUESTA GUIDA

1. [Controlla di avere accesso ai contenuti A+](#)
2. [Scegli tra A+ di base, Premium e Storia del marchio](#)
3. [Prepara testi e immagini secondo i requisiti tecnici](#)
4. [Evita i contenuti vietati](#)
5. [Invia il contenuto e segui la revisione](#)
6. [Gli errori che vediamo più spesso](#)
7. [Domande frequenti](#)

I contenuti A+ di Amazon sono la parte della pagina prodotto fatta di immagini, testi e tabelle di confronto che si aggiunge sotto le informazioni principali. Possono usarli i venditori con piano Professionale che hanno un ruolo di rappresentante del marchio o di rivenditore assegnato tramite il Registro marche, oltre ad alcuni programmi di vendita come Launchpad e Amazon Exclusives¹. Sono gratuiti, passano una revisione che può richiedere fino a sette giorni lavorativi e seguono regole precise su cosa si può scrivere¹⁻⁴.

Nella guida sulle regole della scheda prodotto avevamo lasciato aperta la domanda su chi potesse usarli: le pagine di aiuto dedicate agli A+, lette per questa guida, la chiudono.

Controlla di avere accesso ai contenuti A+

Il requisito centrale è il Registro marche. Per applicare contenuti A+ a un ASIN devi essere un venditore professionale (le differenze tra i piani sono nella guida su piano Individuale o Professionale) e avere, per il marchio di quell'ASIN, un ruolo di rappresentante del marchio o di rivenditore assegnato con la procedura del Registro marche ¹. Se il marchio è registrato ma lo strumento non ti compare, Amazon indica di chiedere all'amministratore del marchio di assegnarti un ruolo, oppure di aprire una richiesta di supporto nel Registro marche ¹.

Esiste un'eccezione per chi non ha un marchio: da gennaio 2024 gli ASIN generici nel catalogo di un venditore Professionale possono usare i contenuti A+ di base, e solo quelli ¹.

Tre casi in cui lo strumento non funziona anche con i requisiti in regola:

- l'ASIN ha già contenuti A+ inseriti da un fornitore Amazon (Vendor): in quel caso il venditore non può aggiungerne né modificarli ^{1 6};
- il nome del marchio sull'ASIN non corrisponde a quello approvato nel Registro marche, anche solo per uno spazio, un trattino o una maiuscola ⁶;
- il prodotto è un libro, un disco, un video o un DVD venduto tramite Seller Central ¹.

Scegli tra A+ di base, Premium e Storia del marchio

I tipi di contenuto sono tre, e compaiono in punti diversi della pagina ^{1 2}:

TIPO	DOVE COMPARE	IMMAGINI	MODULI NELLA PAGINA	MODULI TRA CUI SCEGLIERE
A+ di base	Descrizione del prodotto	970 x 300	5	14
A+ Premium	Descrizione del prodotto	1.464 x 600	7	19

Il Premium aggiunge video, punti interattivi, caroselli e un modulo di domande e risposte ¹. La Storia del marchio compare invece nella sezione Dal marchio: è un unico modulo a carosello con fino a 19 schede, racconta chi sei e può contenere collegamenti ad altri tuoi prodotti e al negozio del marchio su Amazon ¹. Si può usare insieme agli A+ di base o Premium ².

Sull'accesso al Premium le fonti di Amazon non sono allineate, e lo diciamo. Una pagina di aiuto elenca due requisiti: una Storia del marchio pubblicata su tutti gli ASIN del marchio e almeno 5 progetti A+ approvati negli ultimi 12 mesi, con una verifica settimanale dell'idoneità ¹. Un'altra pagina di aiuto dice invece che base e Premium sono disponibili senza costi e senza criteri di idoneità aggiuntivi ². Se lo strumento non ti

propone i moduli Premium, chiedi al Supporto ai partner di vendita quale delle due regole vale per il tuo account.

Un dettaglio che molti scoprono tardi: il contenuto A+ sostituisce la descrizione del prodotto già presente ⁻¹⁻. Tutto quello che c'era nella descrizione e ti serve deve essere ripreso negli A+.

Prepara testi e immagini secondo i requisiti tecnici

Le immagini vanno in formato .jpg, .bmp o .png, in RGB (non CMYK), sotto i 2 MB per file e con almeno 72 dpi; le immagini animate sono vietate ⁻³⁻. Le immagini troppo grandi vengono ridimensionate per stare nel riquadro, quelle più piccole no ⁻⁵⁻.

Qualche regola di scrittura che va contro le abitudini di molti grafici ⁻³⁻:

- i numeri inferiori a 10 si scrivono in lettere;
- niente testo interamente in maiuscolo, grassetto e corsivo solo per intestazioni o poche parole;
- testo piccolo che non si legge sul telefono è motivo di rifiuto;
- le immagini degli A+ devono essere diverse da quelle già nella galleria della pagina;
- un solo logo del marchio.

Ogni immagine ha bisogno di un testo alternativo che la descriva davvero, perché lo usano i clienti ipovedenti con i lettori di schermo ⁻⁵⁻. Un testo alternativo che non descrive l'immagine può far rifiutare il contenuto ⁻³⁻.

Se un'immagine mostra persone fotorealistiche generate interamente con l'intelligenza artificiale, va segnalata con il metadato contains-synthetic-performer, oppure con l'apposita opzione al momento del caricamento nello strumento ⁻³⁻.

Evita i contenuti vietati

Le linee guida sono lunghe, ma i divieti si riassumono così ⁻³⁻:

- niente prezzi, sconti, promozioni o parole come "conveniente", "economico", "gratuito", e niente inviti ad acquistare come "aggiungi al carrello";
- niente riferimenti temporanei come "nuovo" o "il più recente", né alle festività (ammessi solo nella Storia del marchio);
- niente garanzie e nessun riferimento a politiche di reso o rimborso esterne ad Amazon;
- niente dettagli di spedizione, codici QR, telefono, indirizzo, email, collegamenti a siti esterni;
- niente confronti con prodotti concorrenti, nemmeno descritti come "altri": le tabelle di confronto riguardano solo prodotti dello stesso marchio;

niente frasi come "acquista da noi per prodotti autentici" o "venduto solo da rivenditori autorizzati";

niente dichiarazioni sulla soddisfazione del cliente o del tipo "il numero 1", "il più venduto".

Ci sono poi le dichiarazioni che richiedono una prova. Premi e certificazioni vanno accompagnati dal nome dell'ente e dall'anno, e i premi più vecchi di 2 anni non si citano ⁻³⁻. Parole come "ecosostenibile", "biodegradabile" e "compostabile" sono vietate; "riciclabile" ed "ecologico" sono ammesse solo con una nota che le motivi ⁻³⁻. Per farmaci, cosmetici, integratori e alimenti, le proprietà curative, terapeutiche o preventive vanno tolte ⁻³⁻. Le citazioni sono ammesse fino a un massimo di quattro, solo da pubblicazioni note o figure pubbliche, con autore e data ⁻³⁻.

Invia il contenuto e segui la revisione

Il contenuto si crea nello strumento di gestione dei contenuti A+: si sceglie un nome, la lingua e i moduli, si compila, si applica agli ASIN e si invia ⁻⁵⁻. Conviene applicarlo a tutta la famiglia di varianti, parent e child ⁻⁵⁻. Si possono avere fino a 20 richieste in attesa contemporaneamente ⁻⁵⁻.

Lo strumento offre anche moduli che generano testo e immagini con l'intelligenza artificiale ⁻⁵⁻. Amazon avverte che possono contenere caratteristiche non presenti nei dati forniti e che la responsabilità di quello che viene pubblicato resta del venditore ⁻⁵⁻.

La revisione può richiedere fino a sette giorni lavorativi, di più nei periodi di punta, e non si può accelerare ⁻⁴⁻. Dopo l'approvazione la pubblicazione può richiedere 24 ore ⁻⁴⁻. Se il contenuto viene rifiutato, il motivo si legge nello strumento; mentre il nuovo invio è in revisione, sulla pagina resta il contenuto precedente ⁻⁴⁻. Il contenuto compare solo nella lingua in cui è stato pubblicato ⁻⁴⁻.

Gli errori che vediamo più spesso

Aprire il Registro marche e aspettarsi gli A+ il giorno dopo. La registrazione del marchio e l'assegnazione del ruolo sono due passaggi diversi ⁻¹⁻. Quando lo strumento non compare, nella nostra esperienza il problema è quasi sempre il ruolo o il nome del marchio scritto in modo diverso sull'ASIN ⁻⁶⁻.

La garanzia nel modulo finale. "Garanzia inclusa" e "soddisfatti o rimborsati" sono le frasi che più spesso fanno rifiutare i progetti che rivediamo. Le garanzie sono vietate in modo esplicito ⁻³⁻.

Le infografiche con testo minuscolo. Pensate per il monitor del grafico, illeggibili sul telefono, e quindi a rischio rifiuto ⁻³⁻.

Dimenticare la descrizione. Il testo scritto nella descrizione non compare più una volta pubblicati gli A+ ⁻¹⁻: se conteneva avvertenze o dati tecnici, vanno riportati.

Domande frequenti

Serve il Registro marche per fare i contenuti A+ su Amazon?

Sì, nella regola generale: serve un ruolo sul marchio assegnato tramite il Registro marche e il piano Professionale ¹. Fanno eccezione alcuni programmi come Launchpad e Amazon Exclusives, e gli ASIN generici, che possono usare solo gli A+ di base ¹.

Quanto costano i contenuti A+ su Amazon?

Gli A+ di base e la Storia del marchio sono gratuiti; Amazon dice che avviserebbe in anticipo se introducesse un costo per nuovi tipi di contenuto ¹.

Quanto tempo ci vuole per l'approvazione dei contenuti A+?

Fino a sette giorni lavorativi, di più nei periodi di punta, e poi fino a 24 ore per la pubblicazione ⁴.

Posso mettere un video nei contenuti A+?

I moduli video fanno parte degli A+ Premium ¹. Per i video nella galleria del prodotto c'è una funzione separata di Seller Central ¹.

ARGOMENTI CORRELATI

SCHEDE PRODOTTO

REGISTRO MARCHE

Fonti

1. Amazon Seller Central, "Contenuti A+" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G202102930?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
2. Amazon Seller Central, "Guida al Contenuto A+" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GLG4RQK2Y2RJADU4?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
3. Amazon Seller Central, "Linee guida per i contenuti A+" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GGW8U76SSNTRTBX7?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
4. Amazon Seller Central, "Stato di pubblicazione e mancata approvazione dei contenuti" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GAEAQB7QC4G5Z2LC?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.

5. Amazon Seller Central, "Creare contenuti A+" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G202134820?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
6. Amazon Seller Central, "Domande frequenti sul contenuto A+ e risoluzione dei problemi" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G202102960?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.

Punto Zero Consulting non è affiliata ad Amazon. Le guide seguono l'ordine degli argomenti di Amazon Seller University per aiutarti a orientarti, ma i testi sono nostri: per le regole ufficiali fanno fede le pagine di aiuto di Seller Central citate nelle fonti.

