

Varianti Amazon: quando usare la relazione parent-child e cosa è vietato

Le varianti Amazon servono solo per prodotti che funzionano allo stesso modo e cambiano per taglia, colore, gusto o quantità. Modelli nuovi, prodotti diversi e confezioni multiple fatte in proprio non ci stanno.



Team Punto Zero

AGGIORNATA IL 24 SETTEMBRE 2026 • 8 MIN DI LETTURA

IN QUESTA GUIDA

1. [Capisci come è fatta una famiglia di varianti](#)
2. [Verifica che i tuoi prodotti possano stare insieme](#)
3. [Scegli il tema di variante giusto](#)
4. [Crea la famiglia con il modulo o con il foglio di calcolo](#)
5. [Rispetta i limiti di dimensione](#)
6. [Evita le pratiche vietate](#)
7. [Gli errori che vediamo più spesso](#)
8. [Domande frequenti](#)

Le varianti Amazon raggruppano in una sola pagina prodotti quasi identici che differiscono per uno o più attributi, come taglia, colore o gusto ⁻¹⁻. La famiglia è formata da un ASIN parent, che non si vende e serve solo da contenitore, e da ASIN child acquistabili ⁻¹⁻. Si usano quando i prodotti funzionano allo stesso modo e hanno lo stesso scopo; aggiungere come variante un prodotto diverso, un modello più recente o una confezione multipla non creata dal produttore è vietato ^{-1- -3-}.

Se devi ancora capire se il tuo prodotto ha bisogno di una pagina nuova o può agganciarsi a una esistente, parti dalla guida su come creare una scheda prodotto. Qui entriamo nel dettaglio delle famiglie di varianti.

Capisci come è fatta una famiglia di varianti

Amazon descrive la relazione di variante con quattro elementi ⁻¹⁻:

l'**ASIN parent**, un prodotto virtuale che collega i child, senza inventario;

gli **ASIN child**, i prodotti che il cliente compra davvero;

il **tema della variante**, cioè l'attributo per cui i child differiscono (colore, taglia, colore e taglia insieme);

gli **attributi non variabili**, che devono avere lo stesso valore in tutti i child: tra gli esempi di Amazon ci sono la parola chiave del tipo di articolo, il nome del modello, lo stile e il marchio.

Da questa struttura discendono alcuni requisiti pratici ⁻²⁻. Il parent non ha un codice EAN o UPC e non può avere prezzo, quantità o dati dell'offerta. Ogni child ha invece il suo codice e il suo SKU. I prodotti esenti dal codice possono stare in una famiglia, ma non insieme a prodotti di marca ⁻²⁻. Per codici ed esenzioni rimandiamo alla guida sui codici EAN e GTIN.

Verifica che i tuoi prodotti possano stare insieme

Prima di scegliere il tema, chiediti se quei prodotti sono davvero varianti. La pagina di aiuto indica quattro controlli ⁻¹⁻: i titoli sono sostanzialmente identici e cambiano solo per l'attributo della variante; i prodotti hanno senso visti insieme dal punto di vista del cliente; funzionano allo stesso modo e hanno lo stesso scopo; le differenze riguardano attributi come dimensione, colore o gusto, non le funzioni.

Tutti i prodotti della famiglia devono poi essere dello stesso marchio e dello stesso tipo di prodotto ⁻²⁻. L'esempio che usa Amazon è chiaro: cavi di ricarica di lunghezze e colori diversi stanno insieme, un cavo e un power bank no, anche se servono entrambi a ricaricare il telefono ⁻¹⁻.

C'è anche il rovescio della medaglia, meno conosciuto. Se per i tuoi prodotti esiste un tema di variante adatto, la relazione parent-child va impostata ⁻⁵⁻. Pubblicare sei colori della stessa maglietta come sei prodotti separati non è una scelta neutra.

Scegli il tema di variante giusto

I temi disponibili dipendono dalla categoria e dal tipo di prodotto: nell'abbigliamento i child possono differire per taglia o colore, nei prodotti per animali per gusto, aroma e quantità ⁻¹⁻. Si possono usare solo i temi standard previsti per quel tipo di prodotto, e Amazon li rivede periodicamente ⁻¹⁻. Nel modello di file, se non trovi le colonne del livello di parentela, dello SKU parent e del tema, in quella categoria le varianti non si possono creare ⁻²⁻.

I tre attributi più usati hanno confini precisi ⁻¹⁻:

ATTRIBUTO	SI USA PER	NON SI USA PER
Colore	tinte unite, combinazioni di colori, motivi, grafiche	forme, finiture di superficie come "nichel spazzolato", resistenza
Dimensioni	misure, taglie standard come S, A3, XL	compatibilità con un altro prodotto, misure dell'imballo, durata
Numero di articoli	confezioni dello stesso articolo in quantità diverse	pezzi da assemblare, confezioni con articoli di colori diversi

Non si mette più di una caratteristica in un singolo attributo ⁻²⁻, e un tema non si piega a un uso diverso: un tema colore che in realtà elenca modelli di telefono è l'esempio di errore che Amazon stessa porta ⁻¹⁻.

Crea la famiglia con il modulo o con il foglio di calcolo

I metodi sono due ⁻²⁻. Il modulo vuoto dello strumento Aggiungi prodotti è consigliato per una singola famiglia fino a 250 child. Il foglio di calcolo dei prodotti serve per creare più famiglie insieme, fino a 4.000 child per famiglia. Con il modulo si possono anche unire in una famiglia offerte già esistenti e vendute separatamente, partendo dalla pagina Gestisci tutto l'inventario ⁻²⁻.

Nel foglio di calcolo la riga del parent ha il livello di parentela "parent" e un tema di variante; ogni child ha il livello "child", lo SKU del parent e lo stesso tema ⁻²⁻. Il parent va comunque descritto, con un'immagine che rappresenti il prodotto in generale; si omettono solo prezzo, disponibilità e spedizione ⁻²⁻.

Sui titoli la regola è semplice: il valore della variante va nel titolo di ogni child, non in quello del parent ⁻²⁻. Le altre regole sul titolo sono nella guida sulle regole della scheda prodotto.

Dopo l'invio, la creazione o l'aggiornamento della famiglia richiede dalle 24 alle 48 ore ⁻²⁻.

Rispetta i limiti di dimensione

Una famiglia con più di 4.000 child non viene mostrata nella pagina prodotto ⁻²⁻ ⁻⁴⁻. Con il modulo vuoto si aggiungono fino a 250 child alla volta ⁻⁴⁻. Dopo un aggiornamento della famiglia, le recensioni possono impiegare 96 ore a comparire, e fino a una settimana durante i grandi eventi come Prime Day ⁻⁴⁻.

Evita le pratiche vietate

La politica sulle relazioni di variante elenca pratiche vietate precise ⁻³⁻:



modificare la pagina, parent o child, fino a renderla sostanzialmente diversa dal prodotto pubblicato all'inizio;

aggiungere child che non sono vere varianti: prodotti, immagini o nomi sostanzialmente diversi dal parent;

aggiungere versioni o modelli più recenti del parent;

aggiungere confezioni multiple non create dal produttore, anche mettendo insieme due confezioni da tre per farne una da sei.

Le conseguenze possono arrivare alla sospensione temporanea o alla rimozione definitiva dei privilegi di vendita o di creazione degli ASIN ⁻³⁻. Amazon si riserva anche di rimuovere famiglie o child non conformi ⁻²⁻.

Un'altra violazione è la separazione delle varianti: due famiglie create per lo stesso modello, magari una con le taglie piccole e una con le grandi ⁻⁴⁻. Si risolve con il Supporto ai partner di vendita, chiedendo di riunirle ⁻⁴⁻.

Gli errori che vediamo più spesso

Usare la famiglia per dare recensioni a un prodotto nuovo. È la tentazione più frequente tra chi lancia una seconda versione. Ma il modello più recente come variante del vecchio è esplicitamente vietato ⁻³⁻, e il rischio tocca i privilegi di tutto l'account, non solo quel prodotto.

Il colore scritto nel titolo del parent. Succede spesso quando la famiglia nasce da un prodotto singolo trasformato in parent. Il valore della variante va solo nei child ⁻²⁻.

Pensare di poter togliere un child da soli. I venditori non possono eliminare un ASIN da una famiglia: bisogna chiederlo al Supporto ai partner di vendita, spiegando il motivo, e la decisione resta ad Amazon ⁻⁴⁻.

Non accorgersi che la famiglia è condivisa. Se altri venditori offrono gli stessi prodotti, possono intervenire anche loro sulla famiglia; se qualcuno aggiunge prodotti non validi o toglie quelli validi, la strada è segnalarlo al Supporto con una motivazione ⁻⁴⁻. Per questo controlliamo le famiglie dei clienti a ogni aggiornamento di catalogo, non solo quando le creiamo.

Domande frequenti

Il prodotto parent su Amazon deve avere un codice EAN?

No. Il parent non è acquistabile e non ha un codice EAN o UPC; il codice serve a ogni child ⁻²⁻.

Posso unire in varianti due prodotti che vendo già separatamente?

Sì, dalla pagina Gestisci tutto l'inventario, modificando l'offerta e indicando i child da unire ⁻²⁻. Tutti i child devono essere nello stato "Attivo", altrimenti la famiglia non si crea ⁻⁴⁻.

Quante varianti può avere un prodotto su Amazon?

Fino a 4.000 child per parent: oltre, la famiglia non viene mostrata nella pagina prodotto⁻²⁻.

Quanto tempo ci vuole perché le varianti compaiano?

Dalle 24 alle 48 ore dall'invio⁻²⁻. Se non le vedi, controlla che i child abbiano inventario e immagini⁻⁴⁻.

ARGOMENTI CORRELATI

SCHEDE PRODOTTO

PRINCIPIANTI

Fonti

1. Amazon Seller Central, "Introduzione alle varianti dei prodotti" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GH3RMVV3ZDYRRQ5S?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
2. Amazon Seller Central, "Creare e gestire le varianti dei prodotti" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GEKYC26YEZX2VSHM?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
3. Amazon Seller Central, "Regole per la creazione degli ASIN" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G201844590?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
4. Amazon Seller Central, "Risoluzione dei problemi relativi alle varianti dei prodotti" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/GLQBFJDZ7ZDLXQW8?locale=it-IT>) Consultata il 24 settembre 2026.
5. Amazon Seller Central, "Compilare il file inventario" (<https://sellercentral.amazon.it/help/hub/reference/external/G581?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.