GUIDA · BASE

Registro marche di Amazon: requisiti e come iscriversi

L'iscrizione è gratuita e non serve per vendere, ma senza di essa restano chiusi i contenuti A+, lo Store, Sponsored Brands e gli strumenti di tutela. Il requisito che ferma quasi tutti è il marchio: deve essere registrato e attivo, e il testo deve coincidere con il nome del brand.

Team Punto Zero

AGGIORNATA IL 1 NOVEMBRE 2026 · 8 MIN DI LETTURA

IN QUESTA GUIDA

1. Verifica che il marchio sia del tipo giusto
2. Controlla l'ufficio che ha emesso il marchio
3. Prepara la richiesta e aspetta il codice di verifica
4. Che cosa si sblocca dopo la verifica
5. Gli errori che vediamo più spesso
6. Domande frequenti

Per iscriverti al Registro marche di Amazon serve un marchio registrato e attivo nel paese in cui vuoi iscriverti, oppure una domanda di marchio presentata tramite Amazon IP Accelerator [1]. L'iscrizione è gratuita e non è obbligatoria per vendere, ma è la porta d'ingresso per i contenuti A+, lo Store, le campagne Sponsored Brands e gli strumenti di tutela del marchio [1].

La richiesta la può presentare solo il proprietario del marchio [1]. È il punto su cui si ferma chi ha delegato tutto a un'agenzia o al fornitore: la domanda parte dall'intestatario, gli altri si aggiungono dopo come utenti.

Verifica che il marchio sia del tipo giusto

Amazon non accetta qualunque marchio. Deve essere un marchio denominativo, cioè di sole parole, oppure un marchio figurativo che contenga parole, lettere o numeri [1]. Un logo puramente grafico, senza testo, non soddisfa il requisito.

Il testo del marchio deve corrispondere al nome del brand che indichi nella richiesta [1]. Sembra ovvio e non lo è: se il marchio registrato è "Rossi & Figli" e sulle schede prodotto il brand è "Rossi", la richiesta si ferma lì. Per i marchi figurativi va caricata un'immagine identica a quella depositata nel registro [1].

Controlla l'ufficio che ha emesso il marchio

Sono accettati i marchi emessi dagli uffici governativi dell'Unione europea, quelli registrati presso l'EUIPO, che vanno indicati come tali nella richiesta, e i marchi OMPI, per i quali serve il numero del marchio nazionale corrispondente [1]. Fra i paesi accettati per i marchi OMPI ci sono Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti [1].

Se vendi su più marketplace europei, il marchio deve essere registrato e attivo in ciascun paese in cui vuoi iscriverti [1]. Un marchio solo italiano copre Amazon.it, non Amazon.de.

Prepara la richiesta e aspetta il codice di verifica

Dopo l'invio, Amazon verifica le informazioni. Un codice viene inviato a un ufficio marchi registrato oppure a un contatto che soddisfi i criteri di Amazon, e va restituito ad Amazon per completare la registrazione [1].

È il passaggio che allunga i tempi più di ogni altro, perché non dipende da te: dipende da quanto ci mette ad arrivare il codice e da chi lo riceve. Se il contatto depositato nel registro è il consulente che ti ha seguito il deposito tre anni fa, conviene sapere in anticipo se risponde ancora a quella casella.

Che cosa si sblocca dopo la verifica

L'iscrizione apre l'accesso ai contenuti A+, a Sponsored Brands, a Customer Engagement e ad Amazon Brand Analytics [1]. Si aggiungono i programmi di protezione: Project Zero, Transparency e la Counterfeit Crimes Unit [1]. Si sblocca la vetrina Amazon, lo Store, riservata ai venditori iscritti al Registro [1]. E si possono gestire le recensioni dei clienti in Seller Central [1].

Sul lato pubblicitario il legame è diretto: Sponsored Brands, Sponsored Display e gli Store richiedono l'iscrizione al Registro marche, mentre Sponsored Products no [2]. Ne parliamo nella guida su come funzionano le campagne Amazon Ads.

Se il tuo obiettivo immediato sono i contenuti arricchiti, il percorso passa di qui: la guida sui contenuti A+ spiega che cosa ci si fa una volta entrati.

Gli errori che vediamo più spesso

Il primo è presentare la richiesta con una domanda di marchio ancora in corso, pensando che basti aver depositato. Amazon chiede un marchio registrato e attivo, e l'unica eccezione prevista dalla pagina è la domanda presentata tramite Amazon IP Accelerator [1]. Chi ha depositato per conto proprio deve aspettare la registrazione.

Il secondo è la mancata coincidenza fra il nome del brand sulle schede e il testo del marchio. Si risolve prima, allineando il campo brand del catalogo, non dopo aver ricevuto il rifiuto.

Il terzo riguarda chi vende a marchio altrui. Se rivendi prodotti di un fornitore, il Registro non lo apri tu: lo apre il titolare del marchio, che poi può aggiungerti come utente. Abbiamo visto perdere settimane a chi ci provava lo stesso, convinto che bastasse avere la fattura d'acquisto.

Il quarto è aspettarsi che il Registro risolva da solo i problemi di contraffazione. Apre gli strumenti per segnalare, ma le segnalazioni le fa qualcuno: se nessuno in azienda ha quel compito, gli strumenti restano lì.

Domande frequenti

Il Registro marche Amazon è gratuito?

Sì. La pagina di Amazon dice che la registrazione è gratuita e che non è obbligatoria per vendere su Amazon [1]. Quello che costa è il marchio: deposito e registrazione si pagano all'ufficio marchi, non ad Amazon.

Posso iscrivermi con un marchio solo depositato?

Solo se la domanda è stata presentata tramite Amazon IP Accelerator [1]. Negli altri casi serve un marchio registrato e attivo nel paese in cui ti iscrivi [1].

Serve il Registro marche per fare pubblicità su Amazon?

Dipende dal tipo di campagna. Sponsored Brands, Sponsored Display e gli Store richiedono l'iscrizione; per Sponsored Products basta avere prodotti idonei all'offerta in evidenza [2]. Come funziona l'offerta in evidenza lo spieghiamo nella guida dedicata.

Un marchio italiano basta per vendere in Germania?

Per vendere sì, per iscriverti al Registro in Germania no. Il marchio deve essere registrato e attivo in ogni paese in cui vuoi iscriverti [1]. Un marchio dell'Unione europea registrato presso l'EUIPO copre gli stati membri e va indicato come tale nella richiesta [1].

Quanto tempo serve per completare l'iscrizione?

La pagina di Amazon non indica tempi, quindi non ne diamo. La parte che non controlli è l'arrivo del codice di verifica all'ufficio marchi o al contatto registrato [1] : conviene accertarsi prima che quel recapito sia ancora attivo e presidiato.

ARGOMENTI CORRELATI

REGISTRO MARCHE PRINCIPIANTI

Fonti

1. Amazon, "Registro marche Amazon per il tuo brand" (https://sell.amazon.it/titolari-di-marchi) Consultata il 1 novembre 2026.
2. Amazon, "Fai pubblicità su Amazon" (https://sell.amazon.it/pubblicita) Consultata il 1 novembre 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.