

Safe zone Meta 2026: i margini da lasciare liberi e le dimensioni da esportare

Margini, risoluzioni, pesi, durate e limiti di testo per ogni posizionamento di Facebook e Instagram. Ogni valore riporta la specifica Meta da cui proviene. Dove due specifiche non coincidono, la guida riporta entrambe.

14% in alto, la fascia dell'account e dell'etichetta	35% in basso, pulsante, icone e didascalia	6% per lato, il bordo che gli schermi alti mangiano	1440 × 2560 il canvas 9:16 consigliato da Meta
--	--	---	--

1. **Che cos'è una safe zone** e perché non è il margine, ma quello che ci sta dentro
2. **Safe zone per posizionamento e per formato**, con la pagina Meta di ogni riga
3. **Le dimensioni in pixel da esportare**, posizionamento per posizionamento
4. **Minimi, pesi e durate**, e i tre punti in cui due pagine di Meta si contraddicono
5. **Quanti caratteri entrano**: da 44 a 150 secondo il posizionamento
6. **Gli schermi più alti del 9:16**: quanto perdi davvero, con il conto
7. **Feed e quadrato centrale**: un file che regge tre proporzioni
8. **Checklist da stampare** e le sedici pagine Meta da cui viene tutto



Davide Cosmai

Consulente Meta Ads, Meta Business Partner
davidecosmai.com

1. Che cos'è una safe zone

La definizione di Meta, e i pixel che ne derivano.

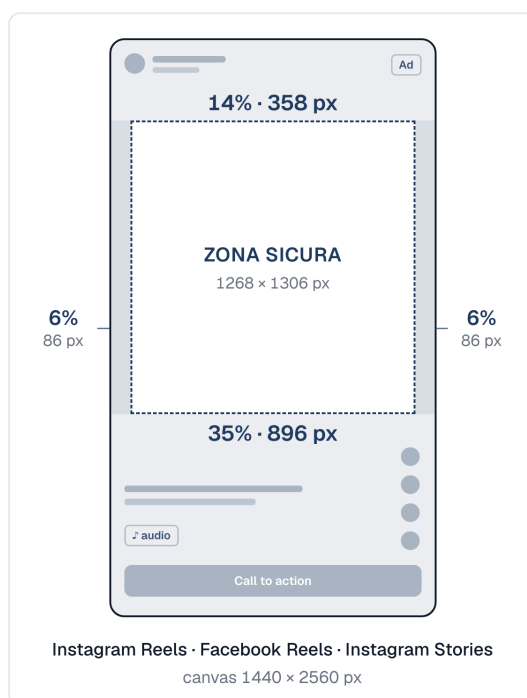
La safe zone è l'area della creatività che l'interfaccia **non** copre: tutto quello che deve essere letto (testo, logo, pulsante) va tenuto lì dentro. Fuori restano le fasce occupate dall'interfaccia: in alto la foto profilo, il nome dell'account e l'etichetta dell'inserzione; in basso il pulsante di call to action, le icone di interazione e la didascalia.

«The safe zone refers to the area within your ad where important elements, like text overlays and logos, will not be cropped out or covered by the user interface.»

La safe zone è l'area dentro l'inserzione dove gli elementi importanti, come le sovrapposizioni di testo e i loghi, non vengono ritagliati né coperti dall'interfaccia.

facebook.com/business/help/980593475366490

Il verso conta. La safe zone è l'area **interna** che resta libera, non la fascia che l'interfaccia occupa. È l'errore più comune nelle guide in circolazione, e capovolge tutto il resto.



Le tre fasce su un canvas 1440 × 2560. Le percentuali dei margini alto e basso si calcolano sull'altezza, quella laterale sulla larghezza.

I pixel, su 1440 × 2560

14% in alto = 358 px (358,4 arrotondato)

20% in basso = 512 px

35% in basso = 896 px

40% in basso, con un disclaimer = 1024 px

6% per lato = 86 px (86,4 arrotondato)

CON UN DISCLAIMER IL MARGINE BASSO SALE AL 40%

«If you're including disclaimers on your Reels ads, you should leave the bottom 40% of your ad free from text, logos and other key creative elements.» È l'unica percentuale scritta come testo sulla pagina di supporto: le altre tre stanno dentro un'immagine, quindi un motore che legge quella pagina non le trova.

2. Safe zone per posizionamento e per formato

L'errore più comune è credere che la safe zone dipenda dal posizionamento. Su Facebook Stories dipende anche dal formato.

Valori dichiarati da Meta su canvas consigliato 1440 × 2560 in proporzione 9:16.

POSIZIONAMENTO	IN ALTO	IN BASSO	AI LATI	PAGINA META
Instagram Reels VIDEO E IMMAGINE	14% 358 px	35% 896 px	6% 86 px	ads-guide/update/ video/instagram-reels
Facebook Reels VIDEO	14% 358 px	35% 896 px	6% 86 px	ads-guide/update/ video/facebook-facebook-reels
Instagram Stories VIDEO E IMMAGINE	14% 358 px	35% 896 px	6% 86 px	ads-guide/update/ video/instagram-story
Facebook Stories IMMAGINE	14% 358 px	35% 896 px	6% 86 px	ads-guide/update/ image/facebook-story
Facebook Stories /VIDEO	14% 250 px secondo Meta	20% 340 px secondo Meta	non indicati	ads-guide/update/ video/facebook-story
Messenger Stories /VIDEO	14% 250 px secondo Meta	14% 250 px secondo Meta	non indicati	ads-guide/update/ video/messenger-story

Lo stesso posizionamento, due safe zone

Su Facebook Stories la pagina dell'**immagine** dichiara «roughly 14% of the top and 35% of the bottom and 6% from each side»: gli stessi valori dei Reels. La pagina del **video**, per lo stesso posto, dichiara «roughly 14% (250 pixels) of the top and 20% (340 pixels) of the bottom» e non nomina i lati.

Il caso pratico è frequente: prendi un template 9:16 costruito bene, lo usi per una immagine e per un video, li mandi tutti e due su Facebook Stories. Secondo Meta uno dei due è fuori norma, e non c'è modo di accorgersene dalle anteprime.

FACEBOOK STORIES, STESSO POSIZIONAMENTO

se carichi un'immagine
come Reels e Instagram Stories



se carichi un video
lati non indicati da Meta



14% di 2560 = 358 px, Meta scrive 250

20% di 2560 = 512 px, Meta scrive 340

su 1080 × 1920 farebbero 269 e 384: non torna nemmeno lì

Su Facebook Stories l'immagine segue i Reels e il video no.

I PIXEL DEL VIDEO NON TORNANO, E NON TORNANO NEMMENO FRA LORO

Sulla stessa pagina il canvas consigliato è 1440 × 2560: il 14% fa 358 px, non 250; il 20% fa 512 px, non 340. Non tornano nemmeno sul vecchio 1080 × 1920, dove sarebbero 269 e 384. E non sono coerenti fra loro: perché 250 px sia il 14% il canvas dovrebbe essere alto circa 1786 px, perché 340 px sia il 20% dovrebbe essere alto 1700 px. Due altezze diverse, quindi non esiste nessuna risoluzione su cui entrambe le coppie tornino.

Cosa fare. Tenere la percentuale, che scala con qualsiasi risoluzione. E se serve una regola sola per tutto il verticale, tenere il **35% in basso**: è il margine più largo fra quelli dichiarati, quindi copre anche i posizionamenti che ne chiedono meno.

3. Le dimensioni in pixel da esportare

La safe zone dice dove non mettere le cose. Questa tabella dice a che misura esportare perché il ritaglio non parta proprio.

Valori delle sezioni Design Recommendations e Technical Requirements di Meta. Dove Meta scrive «at least» la risoluzione è un minimo, non un obiettivo: esportare più grande non fa danno.

POSIZIONAMENTO	RAPPORTO	RISOLUZIONE CONSIGLIATA	LARGHEZZA MINIMA	TOLLERANZA
Facebook Feed IMMAGINE	4:5	1440 × 1800	600 px altezza min. 750 px	3%
Facebook Feed VIDEO	4:5	1440 × 1800	120 × 120 px	non indicata
Instagram Feed IMMAGINE	4:5	1440 × 1800	500 px	1%
Instagram Feed VIDEO	9:16	1080 × 1920	250 px	1%
Instagram Reels VIDEO	9:16	1440 × 2560	250 px 500 px oltre i 30 s	non indicata
Instagram Reels IMMAGINE	9:16	1440 × 2560	500 px	1%
Facebook Reels VIDEO	9:16	1440 × 2560	non indicata	non indicata
Instagram Stories VIDEO E IMMAGINE	9:16	1440 × 2560	250 px video 500 px immagine	1%
Facebook Stories VIDEO E IMMAGINE	9:16	1440 × 2560	250 px video 500 px immagine	1%
Messenger Stories VIDEO	9:16	1080 × 1920	500 px	1%
Instagram Explore home IMMAGINE	4:5	1440 × 1800	500 px	1%
Facebook Marketplace IMMAGINE	1:1	almeno 1080 × 1080	non indicata	non indicata
Facebook colonna destra IMMAGINE, SOLO DESKTOP	1:1	almeno 1080 × 1080	254 × 133 px	non indicata
Facebook risultati di ricerca IMMAGINE	1,91:1 a 1:1	almeno 1080 × 1080	600 × 600 px	3%
Facebook in-stream video VIDEO	16:9 o 1:1	almeno 1080 × 1080	non indicata	non indicata
Inserzioni su Facebook Reels IL BANNER SOVRAPPOSTO	1:1	1440 × 1440	non indicata	non indicata

LE DUE COLONNE CHE SI LEGGONO MALE

La **larghezza minima** è la soglia sotto la quale il file viene rifiutato o mostrato sgranato. La **tolleranza** è di quanto il file può discostarsi dal rapporto dichiarato: oltre quel margine Meta interviene, ma non scrive sulla pagina se ritagli o rifiuti. Conviene restare dentro.

4. Minimi, pesi e durate

Quanto pesa e quanto dura. E i tre punti in cui due pagine di Meta dicono cose diverse.

Il minimo non è il consigliato

Meta pubblica, in un'altra sezione del centro assistenza, una seconda tabella con i pixel minimi consigliati. Sono numeri più bassi e quasi tutti quadrati, anche dove il posizionamento è verticale.

facebook.com/business/help/469767027114079.

POSIZIONAMENTO	MINIMO CONSIGLIATO	POSIZIONAMENTO	MINIMO CONSIGLIATO
Facebook Feed	1080 × 1080 in 1:1 1440 × 1800 in 4:5	Instagram Feed	1080 × 1080
Facebook e Instagram Stories	1080 × 1080	Facebook e Instagram Reels	1080 × 1080
Colonna destra e Marketplace	1200 × 1200	Messenger Inbox	1200 × 1200
Audience Network NATIVE, BANNER, INTERSTITIAL	398 × 208	Stato di WhatsApp	500 × 320

Non è una contraddizione, è un'altra domanda: sotto quei numeri l'immagine si vede sgranata, sopra il consigliato no. **Il valore da usare in esportazione è quello della pagina precedente**, non questo. Chi progetta partendo dal minimo consegna file che passano il controllo e si vedono male sui telefoni ad alta densità.

Peso massimo e durata

- Immagini: **30 MB** quasi ovunque. Video: **4 GB**.
- Facebook Feed e Marketplace: fino a **241 minuti**. È il limite più alto della piattaforma e non serve a niente.
- Instagram Feed e Instagram Stories: fino a **60 minuti**.
- Instagram Reels: **da 0 secondi a 15 minuti**. Facebook Reels non dichiara un limite.
- Messenger Stories: **1-60 secondi**. Inserzioni su Facebook Reels: **4-15 secondi**.
- Facebook in-stream: **da 5 secondi a 10 minuti** su mobile, **da 5 a 15 secondi** su desktop. È l'unico posizionamento con due limiti per dispositivo.
- Audience Network: **1-120 secondi** per native, banner e interstitial; **3-61 secondi** per i rewarded video.

TRE PUNTI IN CUI DUE PAGINE DI META SI CONTRADDICONO

Durata su Facebook Stories. La pagina di specifica dice «1 second to 3 minutes». La tabella delle durate dice «1-120 seconds». Un minuto di scarto sullo stesso posizionamento.

Rapporto nel feed di Instagram. La pagina di specifica e la tabella dei rapporti dicono 4:5. La pagina sulle buone pratiche dice «1:1 is recommended for single-image ads to be delivered to Instagram Feed». Il 4:5 è il valore ripetuto due volte su tre.

Colonna destra di Facebook. La pagina di specifica dice 1:1. La tabella dei rapporti segna 1,91:1 come consigliato. Qui non c'è una maggioranza: sono due pagine, due risposte.

5. Quanti caratteri entrano

Il vincolo di cui nessuno parla, e cambia di tre volte e mezzo dentro la stessa campagna.

44 caratteri su Instagram Reels, il posizionamento più stretto	150 nel feed di Facebook, il più largo: tre volte e mezzo	55 il titolo su Facebook Reels, più lungo del testo
--	---	---

Valori della sezione Text Recommendations di Meta. «Non indicato» vuol dire che quella pagina non riporta il campo.

POSIZIONAMENTO	TESTO PRINCIPALE	TITOLO	DESCRIZIONE
Facebook Feed	50-150	27	non indicato
Instagram Feed	125	40	max 30 hashtag
Instagram Reels VIDEO E IMMAGINE	44	non indicato	non indicato
Facebook Reels VIDEO	40	55	non indicato
Instagram Stories	125	non indicato	non indicato
Facebook Stories	125	40	non indicato
Messenger Stories VIDEO	125	40	non indicato
Instagram Explore home IMMAGINE	125	40	max 30 hashtag
Facebook Marketplace IMMAGINE	125	40	30
Facebook colonna destra IMMAGINE	non indicato	40	non indicato
Facebook risultati di ricerca IMMAGINE	125	40	30
Facebook in-stream video VIDEO	125	40	non indicato
Inserzioni su Facebook Reels IL BANNER SOVRAPPOSTO	60	non indicato	non indicato

Da 44 a 150. Instagram Reels consiglia 44 caratteri di testo principale, il feed di Facebook fino a 150. Stesso annuncio, stessa campagna, e il testo che sta comodo in uno è tre volte e mezzo quello che entra nell'altro. La misura che regge ovunque è quella dei Reels, non quella del feed.

Su Facebook Reels il titolo è più lungo del testo. 40 caratteri di testo principale, 55 di titolo. È l'unico posizionamento dove il rapporto si inverte: lì il titolo non è un'etichetta, è la frase.

Il feed di Facebook è l'unico con un minimo. «50-150» è un intervallo, non un tetto: tutti gli altri dichiarano solo il massimo. Meta non spiega perché sotto i 50 caratteri sconsigli.

Sono consigli, non limiti. Meta intitola la sezione Text Recommendations, non requirements: i numeri delle tabelle precedenti stanno sotto Technical Requirements, questi no. Le pagine non dicono cosa succede oltre la soglia, quindi il testo più lungo non viene rifiutato in caricamento: oltre quella soglia Meta non garantisce come si vede.

6. Gli schermi più alti del 9:16

Quanto perdi davvero sui bordi, con il conto invece della regola a memoria.

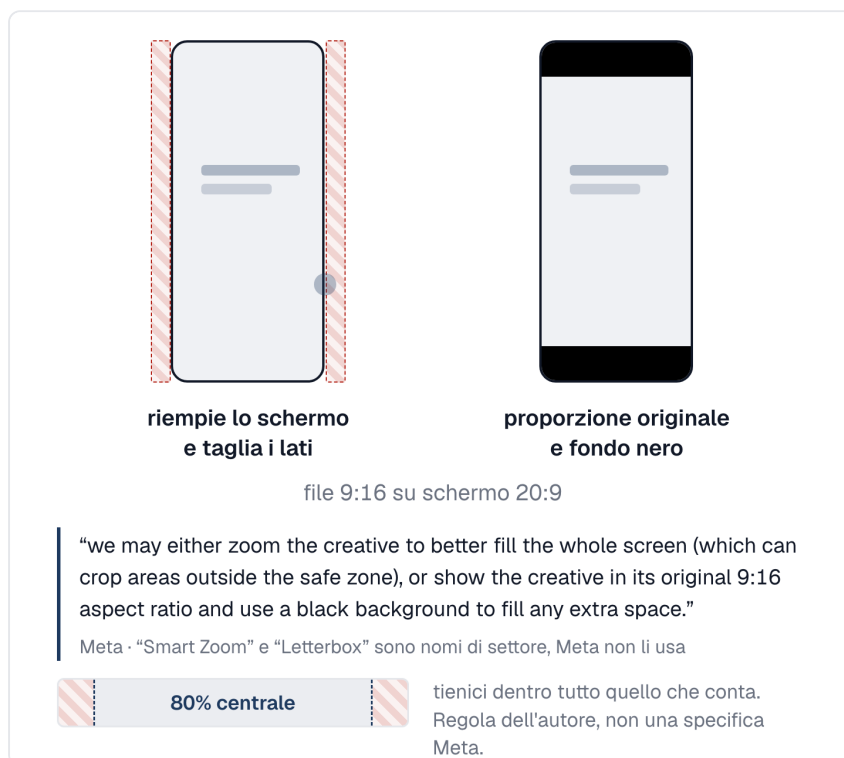
Molti telefoni Android recenti hanno schermi in 20:9, più stretti e più alti del 9:16. Un file 9:16 non li riempie, e Meta sceglie da sola come rimediare, fra due comportamenti che non nomina.

«On devices with screens that are taller than the 9:16 aspect ratio, we may either zoom the creative to better fill the whole screen (which can crop areas outside the safe zone), or show the creative in its original 9:16 aspect ratio and use a black background to fill any extra space.»

Sugli schermi più alti del 9:16 Meta può ingrandire la creatività per riempire lo schermo, ritagliando le aree fuori dalla safe zone, oppure mostrarla nella proporzione originale riempiendo lo spazio in più con uno sfondo nero.

facebook.com/business/help/980593475366490

Il primo comportamento nel settore viene chiamato «Smart Zoom» e il secondo «letterboxing». **Meta non usa nessuno dei due nomi**, e non dichiara quale sia il predefinito: scrive «we may either... or».



Non puoi scegliere quale dei due venga applicato.

Il conto che Meta non fa

Quanto perdi lateralmente quando ingrandisce, Meta non lo dice. Ma si calcola, e il risultato è secco.

schermo 20:9 = $9 / 20 = 0,45$

file 9:16 = $9 / 16 = 0,5625$

ingrandimento per riempire l'altezza = $0,5625 / 0,45 = 1,25$ volte

eccedenza = un quarto della larghezza, un ottavo per lato

sulla larghezza del file = 10% perso per lato, 80% che sopravvive

Quindi «tieni tutto dentro l'80% centrale» non è una precauzione: è esattamente ciò che resta. Il «12% per lato» che circola non torna, e si smentisce da solo: due volte 12 lascia il 76%, non l'80%.

7. Feed e quadrato centrale

Perché il quadrato non conviene più, e come coprire tre proporzioni con un file solo.

Per le immagini singole nel feed di Instagram, Meta consiglia il **4:5** alla risoluzione **1440 × 1800**. Il quadrato resta supportato, ma occupa meno schermo. Il conto è verificabile: a parità di larghezza un 4:5 è alto 1,25 volte un quadrato, quindi copre il **25% di superficie in più**. Il «+31%» che circola sui blog di settore non viene da questa aritmetica e non sta su nessuna pagina Meta.

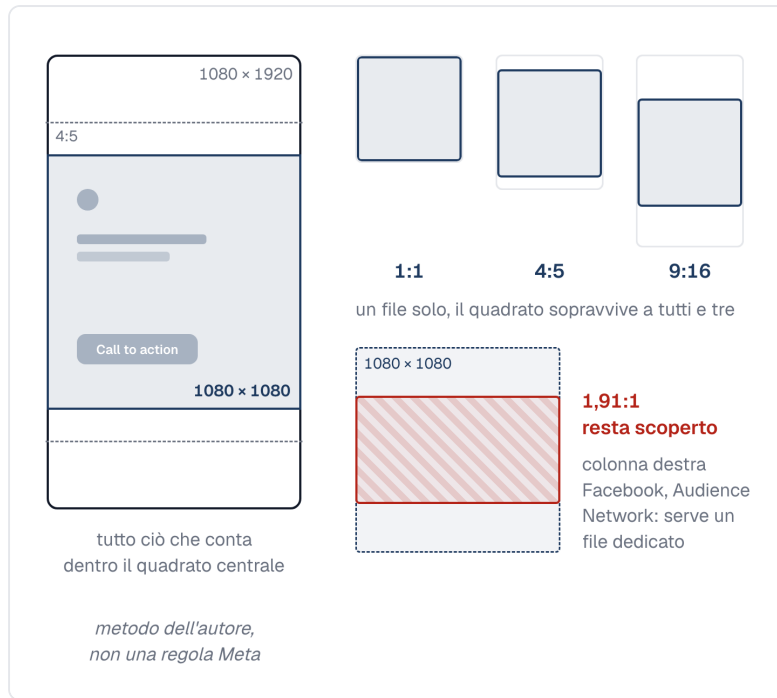


A parità di larghezza il 4:5 è alto 1,25 volte il quadrato.

Per il feed in 1:1 o 4:5 Meta non pubblica percentuali di safe zone. Dice solo di tenere liberi il bordo inferiore e i laterali, senza indicare un margine superiore e senza dare un numero.

Il metodo del quadrato centrale

Se produci un file solo e lo mandi ovunque: canvas 1080×1920 , e tutto quello che deve essere letto dentro un quadrato 1080×1080 centrato. Quel quadrato sopravvive al ritaglio verso 1:1, 4:5 e 9:16.



Un file, tre proporzioni coperte.

Incrociato con la tabella dei rapporti supportati, quel quadrato copre più di quanto sembri: Marketplace, la colonna destra, i risultati di ricerca di Facebook e il banner sovrapposto alle inserzioni nei Reels accettano tutti l'1:1. Resta scoperto il **16:9** dell'in-stream, e resta scoperto l'**1,91:1** dei rewarded video di Audience Network, l'unico posizionamento a non accettare né 1:1 né 9:16.

NON È UNA SPECIFICA DI META, E HA UN COSTO

Meta non pubblica il quadrato centrale da nessuna parte. E il vincolo è reale: su un 9:16 si rinuncia alla metà alta e alla metà bassa dello schermo. Si guadagna un file, si perde superficie utile.

8. Checklist e fonti

Da stampare e tenere accanto mentre esporti.

MENTRE DISEGNI

- ☐ Il canvas è **1440 × 2560** per il verticale, **1440 × 1800** per il 4:5, **1440 × 1440** per il quadrato.
- ☐ Nel file di lavoro c'è un livello con le guide a **14% / 35% / 6%**, visibile mentre disegni e non dopo.
- ☐ Il testo e il logo stanno dentro l'**80% centrale** in orizzontale. Niente a filo del bordo.
- ☐ Se l'inserzione contiene un disclaimer, il margine basso è **40%**, non 35%.
- ☐ Il testo principale sta dentro i **44 caratteri** dei Reels, non dentro i 150 del feed: è la misura che regge su tutti i posizionamenti.

PRIMA DI CARICARE

- ☐ Il video pesa meno di **4 GB**, l'immagine meno di **30 MB**.
- ☐ La durata rientra nel limite del posizionamento più stretto che hai attivo.
- ☐ Se va su Facebook Stories in **video**, il margine basso rispetta anche il 20% dichiarato lì.

IN GESTIONE INSERZIONI

- ☐ Nelle anteprime per posizionamento è acceso il **Safe zone guardrail**: la zona sicura è dentro l'area gialla.
- ☐ Hai passato i posizionamenti **uno per uno**, non solo il primo della lista.
- ☐ Nella schermata di ritaglio **non hai trascinato i quadratini a mano**: quell'inquadratura viene salvata e sostituisce l'originale sui posizionamenti che la usano.

VALORI DIFFUSI CHE LE SPECIFICHE NON RIPORTANO

La data di marzo 2026 per l'unificazione delle safe zone non compare in nessuna specifica pubblica. Non compaiono nemmeno le due percentuali di CTR attribuite ai formati verticali, il «12% per lato» perso sugli schermi alti, il «+31% di schermo» del 4:5 e la fascia inferiore «dal 20% al 35%» presentata come intervallo. Sapere cosa non è documentato conta quanto sapere cosa lo è.

Le pagine da cui viene ogni numero

- Sovrapposizioni di testo e safe zone
facebook.com/business/help/980593475366490
- Rapporti supportati dai posizionamenti
facebook.com/business/help/682655495435254
- Pixel minimi consigliati
facebook.com/business/help/469767027114079
- Durate video per posizionamento
facebook.com/business/help/817989058548892
- Buone pratiche sui rapporti
facebook.com/business/help/103816146375741
- Video, Instagram Reels
facebook.com/business/ads-guide/update/video/instagram-reels
- Immagini, Instagram Reels
facebook.com/business/ads-guide/update/image/instagram-reels
- Video, Facebook Reels
facebook.com/business/ads-guide/update/video/facebook-fac ebook-reels
- Video, Instagram Stories
facebook.com/business/ads-guide/update/video/instagram-story
- Immagini, Instagram Stories
facebook.com/business/ads-guide/update/image/instagram-story

- Video, Facebook Stories
facebook.com/business/ads-guide/update/video/facebook-stories
- Immagini, Facebook Stories
facebook.com/business/ads-guide/update/image/facebook-stories
- Video, Messenger Stories
facebook.com/business/ads-guide/update/video/messenger-story
- Immagini, feed di Instagram
facebook.com/business/ads-guide/update/image/instagram-feed
- Immagini, feed di Facebook
facebook.com/business/ads-guide/update/image/facebook-feed
- Consumo di video, earnings call Q1 2024
facebook.com/business/news/Unlock-Video-Performance-with-GenAI-and-Creator-Marketing



Davide Cosmai

Consulente Meta Ads, Meta Business Partner. La versione aggiornata di questa guida, con il registro delle modifiche, sta su davidecosmai.com/formazione