

## Spedisci da solo su Amazon? Dal 1° settembre il ritardo costa le offerte

Su Amazon.it chi spedisce in proprio deve consegnare puntuale almeno 9 ordini su 10, e da settembre sotto quella soglia le offerte possono essere disattivate. Il 30 settembre arriva una seconda soglia per i clienti Amazon Business. Il problema, quasi sempre, non è il corriere ma la promessa di consegna.



Dr. Brenno Zuccarello, CEO Punto Zero  
22 SETTEMBRE 2026 · 7 MIN DI LETTURA



Le nuove regole per chi spedisce in proprio – Valgono per Italia, Germania, Francia e Spagna. Fonte: Amazon, SP-API changelog, aggiornato il 9 settembre 2026.

Se vendi su Amazon.it e spedisce tu gli ordini, da tre settimane lavori con una regola nuova. Dal 1° settembre 2026, quando la percentuale di unità consegnate entro la data promessa al cliente scende sotto

il 90%, Amazon può disattivare le offerte che non rispettano il requisito, oppure toglierti la possibilità di creare nuove offerte con spedizione gestita dal venditore <sup>-1-</sup>. E fra una settimana, il 30 settembre, parte una seconda soglia, pensata per gli ordini dei clienti Amazon Business <sup>-1-</sup>.

La notizia era uscita a inizio luglio, e molti l'hanno archiviata come l'ennesimo aggiornamento di policy <sup>-2-</sup>. Adesso non è più un annuncio: è una regola applicata.

## Che cosa ha deciso Amazon, data per data

La fonte più completa è la documentazione tecnica che Amazon pubblica per chi sviluppa software collegato a Seller Central, aggiornata il 9 settembre <sup>-1-</sup>. Le regole riguardano Italia, Germania, Francia e Spagna, e sono quattro.

**Consegna puntuale.** Dal 15 luglio 2026 chi spedisce in proprio deve mantenere un tasso di consegna puntuale pari o superiore al 90%. Il calcolo è semplice: quante unità arrivano entro la data "Consegna entro" mostrata al cliente al momento dell'acquisto. Dal 1° settembre, se il dato resta sotto il 90%, scattano le disattivazioni <sup>-1-</sup>.

**Tempi di lavorazione.** Sempre dal 15 luglio, il tempo di lavorazione predefinito a livello di account offre soltanto le opzioni zero giorni e un giorno. Chi aveva impostato due giorni si è trovato l'account portato a un giorno in automatico. Sui singoli SKU si possono ancora indicare tempi più lunghi <sup>-1-</sup>.

**Correzione automatica.** Dal 1° settembre, se per oltre 30 giorni il tempo di lavorazione di uno SKU risulta più lungo di almeno un giorno rispetto a quello che fai davvero, Amazon attiva per quello SKU la funzione Automated Handling Time e il tempo lo decide lei <sup>-1-</sup>.

**Clienti Business.** Dal 30 settembre 2026 serve un tasso di consegna in orario d'ufficio pari o superiore al 90%: conta la percentuale di spedizioni consegnate ai clienti Amazon Business negli orari in cui la loro sede è aperta. Dal 30 ottobre, sotto soglia, le offerte possono essere disattivate per i soli clienti Business <sup>-1-</sup>.

C'è poi un'esenzione, e va letta con attenzione. Gli ordini evasi usando insieme tre strumenti di Amazon, cioè Automated Handling Time, Shipping Settings Automation e Amazon Buy Shipping, non entrano nel calcolo dei due tassi. Devono essere attivi tutti e tre: due su tre non bastano <sup>-1-</sup>.

Nel Regno Unito il requisito del 90% sulla consegna puntuale esisteva già da settembre 2025 <sup>-3-</sup>. Per il mercato italiano invece è una novità, e Amazon la motiva con promesse di consegna più accurate e un tasso di conversione più alto <sup>-2-3-</sup>.

## Quello che i documenti non dicono

Nelle pagine pubbliche che abbiamo potuto leggere mancano due dettagli che servirebbero: su quale finestra di giorni viene calcolato il tasso, e se la disattivazione colpisce solo gli SKU in ritardo o tutte le offerte gestite in proprio. Il testo parla di "offerte non conformi" <sup>-1-</sup>, che fa pensare alla prima ipotesi, ma non lo dice in modo esplicito. Le domande frequenti complete stanno dentro Seller Central, visibili solo con

l'accesso all'account. Prima di prendere decisioni, leggi lì la versione per il tuo marketplace e controlla il dato nella pagina Stato dell'account: è quello che fa fede, non le sintesi che girano.

## La nostra lettura: il nemico è la promessa, non il corriere

Il 90% sembra una soglia comoda. Su 200 ordini al mese ne concede 20 in ritardo. Ma chi spedisce in proprio lo sa: basta una settimana di sciopero, un magazzino del corriere intasato a fine novembre o una partita di tracciamenti caricati male, e il dato può scendere di parecchio in pochi giorni.

Nella nostra esperienza, però, la causa più frequente dei ritardi non è il corriere. È la promessa. Tanti venditori hanno impostato tempi di lavorazione e di transito aggressivi per vedere comparire in scheda una data di consegna vicina, e contare su quella per vincere la Buy Box contro chi usa FBA. Finché il ritardo costava solo qualche recensione negativa, era una scommessa che poteva avere senso. Adesso non più.

Le nuove regole chiudono la strada da entrambi i lati. Prometti troppo presto e rischi di scendere sotto il 90%. Prometti troppo tardi, per stare tranquillo, e dopo 30 giorni Amazon corregge i tuoi tempi al posto tuo<sup>-1</sup>. Resta una sola strategia sostenibile: una promessa che corrisponde a quello che fai davvero, SKU per SKU e destinazione per destinazione.

Poi c'è l'esenzione. È la parte più interessante, e anche quella da valutare con più freddezza. Chi attiva i tre strumenti esce dal calcolo, e questo può valere molto per chi ha volumi alti e un catalogo tutto spedito da un solo magazzino. Ma Buy Shipping significa comprare le etichette tramite Amazon, alle condizioni e con i corrieri che Amazon propone, e le automazioni significano lasciare ad Amazon la data che compare in scheda. Chi ha negoziato buone tariffe con il proprio corriere deve fare il conto: quanto costa in più spedire con Buy Shipping, a fronte del rischio di disattivazione che si toglie. Non è una scelta ovvia, e non è la stessa per tutti.

Infine, gli ordini Business. Se vendi forniture per ufficio, attrezzature o consumabili, una parte dei tuoi clienti è un'azienda che riceve solo in orario di apertura. Conta la consegna dentro l'orario di apertura del cliente<sup>-1</sup>: per molti uffici un pacco che arriva in tarda serata o il sabato è una consegna fuori orario. Qui il problema non è la velocità: è sapere se il tuo corriere consegna a quell'ora, e se il tuo sistema di spedizione distingue un cliente Business da un privato.

Un 90% che oggi sembra largo diventa stretto nella settimana del Black Friday. Conviene arrivarci con un margine, non con il dato appena sopra la soglia.

C'è anche chi, davanti a tutto questo, si chiederà se non sia il momento di passare a FBA. Per i prodotti che ruotano in fretta la risposta può essere sì. Per quelli ingombranti, stagionali o a bassa rotazione, i costi di stoccaggio di FBA possono mangiare più margine di quanto ne protegga. La scelta va fatta prodotto per prodotto, e raramente la risposta giusta è "tutto da una parte".

## Cosa faremmo adesso

1. Aprire la pagina Stato dell'account in Seller Central e annotare il tasso di consegna puntuale attuale. Se è sotto il 95%, il margine per il periodo di fine anno è già sottile.
2. Scaricare l'elenco degli ordini in ritardo degli ultimi due mesi e raggrupparli per corriere, per regione di destinazione e per SKU. Quasi sempre il problema si concentra in pochi punti.
3. Confrontare, per ogni SKU, il tempo di lavorazione impostato con quello reale. Dove l'impostazione è più lunga di un giorno o più, correggerla prima che lo faccia Amazon.
4. Verificare che i numeri di tracciamento vengano caricati subito e che il corriere trasmetta la scansione di consegna: un pacco arrivato in tempo ma non registrato conta come ritardo.
5. Se si vendono prodotti ad aziende, chiedere al corriere se garantisce la consegna negli orari d'ufficio e controllare quanti ordini Business sono arrivati la sera o nel fine settimana, prima del 30 settembre.
6. Fare il conto dell'esenzione: costo medio per spedizione con il proprio corriere contro costo con Buy Shipping, sugli ordini reali di un mese, e decidere con quel numero davanti.

Chi spedisce in proprio con metodo non ha niente da temere da queste regole. Chi ha costruito le vendite su promesse di consegna troppo ottimiste, invece, ha qualche settimana per rimettere in ordine i tempi prima del periodo di maggiore traffico dell'anno.

### ARGOMENTI CORRELATI

LOGISTICA

SPEDIZIONE IN PROPRIO

STATO DELL'ACCOUNT

---

## Fonti

1. [Amazon Selling Partner API, "SP-API Updates: EU FBM Requirements, Product Type Definitions API Title Structure, External Fulfillment API Shipment Status"](https://developer-docs.amazon/sp-api/changelog/sp-api-updates-eu-fbm-requirements-product-type-definitions-api-title-structure-external-fulfillment-api-shipment-status) (<https://developer-docs.amazon/sp-api/changelog/sp-api-updates-eu-fbm-requirements-product-type-definitions-api-title-structure-external-fulfillment-api-shipment-status>) Consultata il 23 settembre 2026.
2. [Ecommerce News Europe, "Amazon tightens Fulfilled by Merchant requirements"](https://ecommercenews.eu/amazon-tightens-fulfilled-by-merchant-requirements/) (<https://ecommercenews.eu/amazon-tightens-fulfilled-by-merchant-requirements/>) Consultata il 23 settembre 2026.
3. [Cross-Border Magazine, "Amazon Tightens Fulfilled by Merchant Requirements Across Europe"](https://cross-border-magazine.com/amazon-tightens-fulfilled-by-merchant-requirements/) (<https://cross-border-magazine.com/amazon-tightens-fulfilled-by-merchant-requirements/>) Consultata il 23 settembre 2026.