



ARTICOLO 051 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Stagionalità e tempo utile per vendere una collezione

Una collezione richiede di coordinare acquisti consegne e periodo in cui il cliente può utilizzarla.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Nella moda, il tempo disponibile per vendere può essere una risorsa limitata. Un prodotto coerente con la stagione può incontrare difficoltà se arriva troppo tardi o se viene proposto quando l'occasione d'uso è già passata. La quantità acquistata va letta insieme al calendario.

Propongo di distinguere data prevista di consegna, avvio della vendita e momento oltre il quale cambiano le condizioni commerciali. Questa lettura permette di riconoscere ritardi che riducono il periodo di vendita a prezzo ordinario, anche quando la merce viene consegnata integralmente.

Un esempio ipotetico è un capo pensato per un'occasione stagionale. Il suo andamento va confrontato con il periodo utile effettivo, evitando di interpretare poche vendite come sola mancanza di interesse. Anche clima, comunicazione e disponibilità delle taglie possono incidere.

La revisione dovrebbe collegare ordini, arrivi e andamento settimanale, con criteri coerenti tra stagioni confrontabili. Occorre poi decidere se adattare acquisti successivi, presentazione o tempi di riordino. Pianificare il calendario non elimina l'incertezza della domanda, ma rende visibili le condizioni nelle quali la collezione deve produrre il proprio risultato e i margini di intervento ancora disponibili.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli