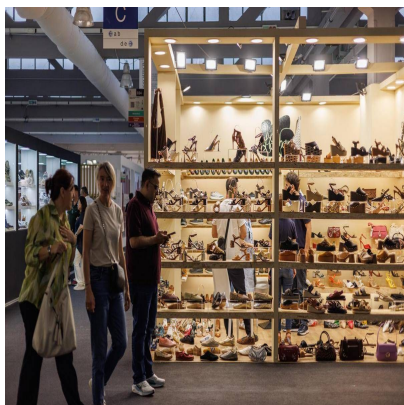




## A Riva del Garda Expo Riva Schuh e Gardabags si aprono all'internazionalizzazione

### Descrizione

(Adnkronos) - Oltre 1.000 espositori e brand da 44 paesi e 219 hosted buyer da 49 paesi. Le manifestazioni organizzate da Riva del Garda Fierecongressi offrono stabilità nel business oltre a occasioni di informazione e incontro laddove il commercio globale si ritira. Gli eventi saranno 22: innovazione, trend, mercati e un'esperienza immersiva che guarda al prodotto moda strizzando l'occhio alle nuove tecnologie. Il film pi<sup>1</sup> applaudito a Cannes 2026 - è stato un blockbuster di fantascienza coreano. Raro che in un festival come quello francese il pubblico applaude durante un film, soprattutto dopo una scena d'azione di quasi un'ora. È capitato quest'anno per Hope di Na Hong-jin. Suona strano, vero? Forse - solo la dimostrazione che aprire i confini può ancora portare alla scoperta di piacevoli sorprese. Ci credono Expo Riva Schuh e Gardabags: aprirsi all'internazionalizzazione paga sempre.

La 105<sup>a</sup> edizione, dal 13 al 16 giugno 2026 a Riva del Garda, lo racconta con i numeri. Oltre 1.000 brand ed espositori da 44 paesi. Il 62,63% arriva da fuori Europa, il 37,37% dall'UE: percentuali che spostano da sole il baricentro della manifestazione. La Cina porta il 34,46% degli espositori, l'Italia il 17%, la Turchia il 10,61%, l'India il 9,39%. E poi i debutti: Vietnam, Tunisia, Sudafrica per Expo Riva Schuh; una delegazione vietnamita, un'azienda giapponese e una croata nell'area Brands di Gardabags. Sul fronte compratori, la geografia si allarga ulteriormente con visitatori attesi da 100 nazioni. 219 gli hosted buyer internazionali da 49 paesi, 26 dei quali rappresentati per la prima volta nell'incoming programme. Per intercettarli, sono stati attivati 19 uffici ITA - Italian Trade Agency nel mondo. Ad accoglierli, nel padiglione B4, una nuova buyers lounge progettata per questa community.

L'internazionalizzazione, per<sup>2</sup>, non è solo una somma di passaporti. È anche occasione di pensiero vario e differente che nell'incontro si arricchisce. Lo prova il LATAM Footwear Leader Summit - che si terrà al Centro Congressi di Riva del Garda durante i giorni di fiera, riunendo i membri di ACCAL, istituzione che rappresenta le principali associazioni nazionali e le camere di commercio del settore calzaturiero e della componentistica dell'America Latina - che conferma l'evoluzione della manifestazione in piattaforma di business & learning al servizio della community internazionale del settore.

Dazi, blocchi, alleanze che si scompongono e ricompongono. In che modo una fiera può crescere proprio mentre il commercio internazionale inciampa in centinaia di buche? Solo se continua a essere il luogo dove i mercati si incontrano davvero, non solo simbolicamente. Una scommessa che si rinnova a ogni edizione. E si incontrano non solo per tessere relazioni commerciali, ma anche con il desiderio di capire e interpretare i mutamenti del settore. L'Innovation Village Retail (Mainstage A2) porta 10 startup da 7 paesi: Italia, Germania, Olanda, Regno Unito, Portogallo, Spagna, Corea del Sud e culmina nella Startup Competition di lunedì 15 giugno. Per scoprire innovazioni concrete che possono cambiare il volto della distribuzione calzaturiera. Per questa edizione gli organizzatori hanno preparato un'esperienza immersiva che intreccia comunicazione e prodotto. Una selezione delle collezioni degli espositori verrà messa in scena in modo assolutamente inedito. Area Highlights, ideata con Arsutoria, il termometro dei trend. Sei momenti dedicati a borse (domenica e lunedì, ore 10:00), scarpe (sabato e lunedì, ore 14:00), sneaker (domenica, ore 14:00) e mercato DACH (domenica, ore 16:30, con Claudia Schulz).

Il Market Focus conferma i quattro appuntamenti dedicati ad Asia, America, Europa, Africa e Medio Oriente, e aggiunge due novità: India Calling e Nuove Rotte per il Business Globale. Si concentrerà sulle opportunità aperte dall'accordo di libero scambio UE-India, e si terrà in apertura del Market Focus Asia. FAIST e Fabbrica Agil, Inteligente, Sustainvel e Tecnologica, con Pedro Duarte del CTCP (Portuguese Footwear Technological Centre), racconterà la trasformazione digitale del comparto calzaturiero portoghese, in apertura del Market Focus Europa. Nel padiglione A2 trova spazio la nuova Area Showcase di Gardabags. Tema dell'edizione: Glow Up. In mostra una selezione di campioni costruita su trasparenze, sovrapposizioni e luminosità, dove ogni prodotto non riflette il colore, lo genera. Ancora una volta il prodotto al centro. E poi la Expo Riva Nights al PalaVela. Si assisterà a una performance live del coreografo e ballerino Giacomo Frassica, con dj set a seguire.

Permettere alla community di trascorrere momenti di svago e divertimento così da rafforzare i legami fra chi crede nella relazione come un ottimo motore anche per gli affari. Tutto il programma vive sull'app ufficiale della fiera, che funziona come una preziosa bussola: catalogo espositori e prodotti, mappa interattiva dei padiglioni, agenda appuntamenti, info su transfer e navette. Gli stand Gardabags sono segnalati in rosa; quelli dedicati esclusivamente alla prima infanzia, in giallo. Non proprio un evento, ma una novità da segnalare. Expo Riva Schuh presenta un nuovo layout del padiglione B4, pensato per migliorare l'esperienza dei visitatori e rendere più piacevole la visita agli stand.

La forza della manifestazione è tenere insieme i profili di espositori: sourcing e brand, private label e identità di marchio, flessibilità e posizionamento. Lo stesso accade lato compratori: retailer, e-commerce, buying office, importatori e catene internazionali si trovano nello stesso perimetro. Una convivenza non casuale. È una scelta strategica che consente di andare incontro a entrambe le anime che caratterizzano i visitatori delle manifestazioni: il 41,7% cerca solo prodotti Private Label; il 26,5% a caccia dei soli brand; chi indaga entrambe le tipologie di prodotto rappresenta il restante 31,7%. E se è chiaro a tutti che l'offerta di sourcing e private label a Riva del Garda è ampia, qualcuno potrebbe chiedersi: di marchi ne abbiamo? La risposta è sì.

Citiamo solo alcuni dei brand presenti a Expo Riva Schuh: Windsor Smith, Primadonna, Gap, Levi's, Jungle Joggers, Wrangler, O'Neill, Lee, Alpacas, Kangaroos, Kastinger, Jako, Marco Tozzi, Tamaris, Igi&Co, Imac, Primigi, Valleverde, Goldstar, Leon, S. Oliver, Marina Galanti, Armata di Mare, Manas, Bronx, Bufflox, Comeby, Urbanfly by Vegastyle, Xti, Paredes, Marila, Refresh, Carmela, Amarpies, Rockaway. Gardabags conta oltre 80 aziende, equamente distribuite tra Brands, Sourcing for Bridge e Sourcing. Tra i marchi: Marchetti, Pelletteria Charlotte, Marina Galanti, Marta Marzotto, Pet Sezona, Luana Ferracuti, Y-dry, Rocai, Ferchi, American Traveler, McLanee, Plavoangel, Genny il Pellettieri, Alex Max, Marini Silvano, Maxfly, Alexia, Kingson. Ecco, allora, il messaggio della 105esima edizione di Expo Riva Schuh e Gardabags (13-16 giugno 2026): "vitale aprire i confini, ostinatamente, " cruciale essere laddove i confini diventano opportunità .

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

### Categoria

1. Comunicati

### Tag

1. Ultimora

### Data di creazione

Giugno 4, 2026

### Autore

redazione

default watermark