



Expo Riva Schuh e Gardabags 105, un'opportunità di intelligenza collettiva per governare mutamenti mercato

Descrizione

(Adnkronos) L'105esima edizione di Expo Riva Schuh e Gardabags (13-16 giugno 2026) chiude all'insegna di internazionalità, varietà dell'offerta e innovazione: dalle delegazioni internazionali alle nuove collezioni per l'estate 2027, fino alle Sfilate Ai. Tra 22 eventi e operatori da tutto il mondo, Riva del Garda si conferma hub dove la moda di volume conclude affari e legge i mercati. In linea con le cifre di giugno 2025 il numero di compratori presenti in fiera. Presentando la nuova Luce, primo modello elettrico, il Chief Designer di Ferrari, Flavio Manzoni, ha citato Gustav Mahler: "La tradizione è custodire il fuoco, non adorare le ceneri".

Expo Riva Schuh e Gardabags, dal 13 al 16 giugno 2026, hanno interpretato al meglio questo concetto puntando su internazionalità, varietà dell'offerta e innovazione, parole chiave di questa edizione, la numero 105. Da una parte mantenere la tradizione, offrire al settore della moda di volume in particolare scarpe e borse il migliore hub internazionale per concludere affari e stringere relazioni di business. Dall'altra evolvere le manifestazioni cos'è da permettere ai partecipanti di conoscere, interpretare e risolvere le criticità che caratterizzano i differenti mercati.

Le fiere si sono rivelate il luogo perfetto per mettere a frutto i vantaggi offerti dai tanti accordi che l'Europa sta finalizzando rispetto a significative rotte commerciali (nei corridoi del quartiere fieristico tanto si è parlato di Mercosur e delle nuove opportunità dischiuse a partire da maggio 2026; cos'è come i trattati siglati con India e Australia porteranno enormi vantaggi competitivi nei prossimi anni). Expo Riva Schuh e Gardabags sono come una mappa interattiva su cui leggere tempestivamente i sempre più repentini cambiamenti di rotta del commercio internazionale, per riposizionare in modo tattico le relazioni di partnership e trovare nuovi equilibri con le catene di fornitura. Giovanna Voltolini, Group Exhibition Manager di Riva del Garda Fierecongressi, sintetizza cos'è uno dei valori più rilevanti delle manifestazioni.

Nei 4 giorni si è giocata la partita fra una domanda e un'offerta di reale caratura mondiale. Come confermano i numeri in linea con quelli di giugno 2025 circa 8.000 presenze, di cui 69,7% dall'estero. L'affluenza stabile dei buyer ha premiato la varietà dell'offerta degli oltre 1.000 brand ed espositori giunti a Riva del Garda da 44 Paesi. Da evidenziare la crescita di compratori da

Polonia, India e America Latina. Migliora anche l'incoming da Grecia e Israele, mentre la Spagna triplica le presenze di chi opera sulle piattaforme online.

Sono stati 235 hosted buyer e giornalisti da 51 paesi, 26 dei quali per la prima volta nell'incoming programme, grazie al sostegno di Ita - Italian Trade Agency. Da sottolineare anche la varietà dei prodotti offerti in fiera: collezioni fra loro differenti per qualità, design, materiali e lavorazioni. Una ricchezza che preserva la tradizione, esplora il vasto mondo del casual, indaga le novità nei settori home, sicurezza, performance e bambino, oltre a concedersi sguardi innovativi con proposte in stampa 3D o lavorazioni particolari, come le tomaie ricche di inserti accoppiati con processi avanzati ad iniezione o alta frequenza.

Angela Wu di Max Group, responsabile prodotto per il marchio italiano Ash, ha partecipato a Expo Riva Schuh e Gardabags per trovare fornitori anche fuori dall'ambito della produzione cinese, così da diversificare le collezioni pur mantenendo alta la qualità del design, dei materiali e dei dettagli. Ha dichiarato: "Oggi la sfida è catturare l'attenzione dei giovani che online trovano un'offerta smisurata di prodotti e i definiscono la loro propensione all'acquisto. Expo Riva Schuh e Gardabags sono perfette per questo scopo, l'offerta è ampia e diversificata per prezzi e qualità. Le Sfilate Ai sono state una novità assoluta non solo per la fiera, ma per l'intero settore. Hanno reso evidente la spinta verso il futuro che caratterizza l'evento. Il fine è sempre esaltare i prodotti esposti, che i compratori hanno potuto vedere indossati da modelli virtuali per poi toccarli con mano negli stand. Per la fiera di grande importanza continuare a proporre esperienze di innovazione tecnologica così da aiutare la distribuzione e tutta la catena del valore a interpretare i cambiamenti e individuare le opportunità che dischiudono."

Innovazione protagonista anche del consueto appuntamento con Innovation Village Retail e con la Startup Competition, vinta in questa edizione da Shoefitr.io, tecnologia che aiuta chi compra scarpe online a scegliere la taglia giusta senza provarle fisicamente e riducendo i resi a favore di un commercio più sostenibile. Ventidue eventi, dalle sfilate Ai ai Trend Highlights, dai Market Focus passando per Expo Riva Nights e Area Showcase, Expo Riva Schuh e Gardabags continuano a impressionare i visitatori con un'esperienza coinvolgente e sempre più ricca di informazioni, spunti di riflessione, occasioni di incontro.

Maura Gancitano, filosofa e co-fondatrice del progetto Tlon, in un recente intervento ha ricordato che «occorre riscrivere il significato della parola "noi", oggi spesso svuotato, per restituirgli il senso di una rete di relazioni interconnesse, in cui ciascuno è chiamato a essere responsabile e fare la propria parte». Expo Riva Schuh e Gardabags sono espressione di un'intelligenza collettiva che coinvolge espositori, buyer, associazioni, esperti e operatori provenienti da tutto il mondo. Il nostro compito, come organizzatori, è osservare il mercato nel suo insieme e avere il coraggio, l'ambizione e la forza di evolvere ogni edizione per intercettarne i cambiamenti, ha dichiarato la Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi, Alessandra Albarelli. "In questa edizione abbiamo dato un segnale concreto della nostra capacità di reagire e rimanere proattivi sul mercato, puntando su tre direttrici fondamentali: una sempre maggiore internazionalizzazione, innovazione come strumento di crescita per l'intera filiera e nuove modalità di storytelling dei prodotti."

È un accordo Iulian Munteanu di Dasha Online (Romania), importante sito di e-commerce nazionale: Essere a Riva del Garda è fondamentale non solo per trovare nuovi partner commerciali, ma soprattutto, per lavorare insieme con gli altri attori della filiera e ragionare su come riconquistare la competitività europea nel complicato scenario internazionale. Se la Ferrari Luce ha sollevato polemiche e dibattiti, talvolta infuocati, Expo Riva Schuh e Gardabags hanno messo tutti d'accordo: Riva del Garda è il luogo ideale per sviluppare e innovare gli affari anche nei momenti più complessi del mercato. Be here or be wrong, recita la nuova campagna che promuove le edizioni 2027. O sei a Riva del Garda o perdi l'occasione giusta per evolvere il business.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 16, 2026

Autore

redazione

default watermark