**Expo Riva Schuh e Gardabags**

**Evoluzione in un mondo che cambia**

**Con 8000 presenze da più di 100 Paesi si chiude l’edizione 103 di Expo Riva Schuh e Gardabags. In crescita le presenze da Polonia, UK, Africa e USA, stabile la Germania. L’evento che ha aperto la stagione primavera estate 2026, ha visto il debutto del rinnovato format di Gardabags, che ha riscosso un ottimo successo. Alta la partecipazione ai tanti eventi organizzati per favorire il networking e l’innovazione, oltre agli affari. Annunciata nel prossimo triennio la conclusione dei lavori di ampliamento del quartiere fieristico.**

«I grandi nomi della moda hanno intuito che la sneaker doveva cambiare e sono riusciti a cambiarla. È nata una scarpa sportiva che è una ballerina, una ballerina che è una scarpa sportiva». Questa è una delle indicazioni che Maria Cristina Rossi, insegnante di Arsutoria School, ha fornito alla nutrita platea che seguiva gli incontri sui trend di consumo presentati nell’Area Highlights di Expo Riva Schuh e Gardabags.

Simboleggia con immediatezza i tanti e ben più complessi cambiamenti che stanno toccando non solo il settore della moda, ma tutto il mercato. Ma come si affronta il mutare di uno scenario? Il concetto chiave è ‘Saper Diventare’. Con ‘Saper Diventare’ si intende la capacità di individui e organizzazioni di apprendere costantemente, per potersi adattare a contesti, ambienti e situazioni in continuo mutamento.

È la miglior definizione possibile del lavoro fatto da Expo Riva Schuh e Gardabags a partire dai primi anni Duemila: «Abbiamo puntato prima di tutto sull’internazionalizzazione dell’offerta espositiva (the fair that moves the world); più di recente abbiamo evoluto la manifestazione in una imperdibile occasione di ritrovarsi per tutta la community delle calzature e degli accessori. Di operare i propri scambi, certo, ma anche di informarsi e fare networking in modo intelligente grazie ai tanti eventi, ai servizi di Business Scout e all’app che consente un contatto diretto fra espositori e compratori», come ha sottolineato **Alessandra Albarelli, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi**.

**LE CIFRE DELL’EDIZIONE 103**

L’edizione 103 di Expo Riva Schuh e Gardabags, tenutasi dal 14 al 17 giugno 2025, con le sue 8000 presenze da più di 100 Paesi conferma le aspettative degli organizzatori e risulta in linea con l’andamento dei mercati.

**Roberto Pellegrini, Presidente di Riva del Garda Fierecongressi**: «L’edizione estiva si è confermata ancora una volta più forte di quella invernale. In sostanziale tenuta il numero dei visitatori. Un buon risultato se si considerano le tante complicazioni che irretiscono i mercati e il contesto bellico che, proprio nei giorni di fiera, ha aperto nuovi fronti impedendo ad alcuni Paesi di partecipare.»

In crescita le presenze dei compratori provenienti da Inghilterra (+5%) e Polonia (+15%), stabile la Germania, in leggero calo l’Italia. L’incoming extra-EU è positivo per l’India (+13,6%), per il continente africano e gli Stati Uniti (entrambi hanno registrato un +10%).

Che la qualità dei buyer, spesso più importante del loro numero, sia sempre valida per chiudere ordini, lo confermano le continue richieste di ampliamento dello spazio espositivo per accogliere nuovi espositori e ampliare gli stand. «Daremo seguito a queste richieste ampliando il quartiere fieristico. Nei prossimi tre anni dovrebbero concludersi **i lavori per rendere la fiera ancora più accogliente: aggiungeremo 20 mila m2** sviluppando nuovi padiglioni per un investimento complessivo che toccherà i **50 milioni di euro**. Così assicureremo ancor più internazionalità e diversità degli espositori», svela Roberto Pellegrini.

Che poi è la principale virtù dell’evento, come conferma **Antonia Reading di Hotter**, importante catena di negozi inglese, con alle spalle anche un’azienda di produzione, che ha visitato per la prima volta la fiera: «Sono stupita della varietà dell’offerta sia per la possibilità di valutare fornitori veramente di ogni parte del mondo, sia per i differenti livelli di qualità, fra cui ho potuto scegliere.»

**L’EVOLUZIONE DI GARDABAGS… E NON SOLO**

Senza dubbio l’evoluzione che, più di tutte, ha fatto parlare di sé, durante l’edizione di giugno della fiera, è stata quella che ha coinvolto la rinnovata Gardabags. I social si sono riempiti di foto dei nuovi padiglioni interamente dedicati alla manifestazione, raddoppiata per spazio espositivo e offerta di collezioni. Un’atmosfera cool e modaiola, infatti, ha contraddistinto **le 3 nuove aree di interazione fra espositori e buyer** che rappresentano il nuovo format di Gardabags: Sourcing, Sourcing4Bridge, Brands. Senza dimenticare la presenza di espositori specializzati negli articoli da viaggio.

Vinta la scommessa di rendere la manifestazione rivana non solo l’hub di riferimento per gli scambi commerciali della calzatura, ma anche di borse, zaini e valigeria, Riva del Garda Fierecongressi guarda già oltre e dà il via alla progressiva evoluzione di Expo Riva Schuh, presentando una nuova identità visiva che ne riflette le caratteristiche di innovazione, flessibilità, legame con il territorio e networking.

Il **nuovo** **logo**, semplice e immediato, capace di dialogare anche con la rinnovata identità di Gardabags, trasmette con chiarezza il messaggio di una fiera moderna, funzionale e service-oriented. Ogni dettaglio del nuovo design è stato studiato per comunicare la volontà di Expo Riva Schuh di restare al passo con i tempi, mantenendo una riconoscibilità forte e coerente.

**INNOVAZIONE**

Anche **Alberto Mattiello - futurista, autore, head di Innovation Retail Hub e membro del Comitato Scientifico di Expo Riva Schuh e Gardabags** - ha parlato dei cambiamenti che stanno investendo il mondo nel suo discorso di apertura della **Startup Competition**: «L’Intelligenza Artificiale rimane il tema centrale quando si parla di innovazione. Dopo averla utilizzata per rendere più efficienti alcuni processi e farci risparmiare tempo, si è evoluta in un'ampia scelta di strumenti specializzati, personalizzabili, controllabili e in grado di ‘ragionare’. Ora tocca un terzo livello evolutivo. È il tempo della Massive Automation: entro un paio di mesi potremmo diventare tutti programmatori, non perché sapremo scrivere codice, ma perché le macchine lo faranno per noi costruendo applicazioni su misura delle nostre esigenze.»

La sempre più nutrita giuria della competizione, buyer di primo piano ed esperti del settore, ha scelto **Irisphera** (Romania) come miglior soluzione fra quelle presentate durante l’appuntamento di giugno 2025 dell’**Innovation Village Retail**, organizzato come sempre in collaborazione con Retail Hub che, in 8 edizioni, ha dato visibilità a 68 startup di 19 Paesi.

Grazie alla vittoria, Irisphera avrà l’opportunità di esporre durante la prossima edizione dell’evento, in programma a gennaio 2026, rafforzando la propria presenza sulla scena internazionale. Potrà così promuovere ulteriormente la sua piattaforma che **sfrutta intelligenza artificiale e tecnologia 3D per aiutare i consumatori a trovare abiti su misura per il proprio corpo**, offrendo suggerimenti personalizzati su taglia, colore e stile. Il risultato è una significativa riduzione dei resi, un’esperienza d’acquisto ottimizzata e l’accesso a dati analitici preziosi per i retailer.

Molto affollati anche gli altri eventi organizzati durante i 4 giorni di manifestazione: l’**Area Highlights** dove scoprire i trend di consumo e da cui trarre indicazioni affidabili per i propri acquisti; i **Market Focus**, occasione perfetta per i compratori di parlare dei propri mercati e incontrare i fornitori più adatti alle proprie esigenze; l’**Expo Riva Nights**, dove tessere relazioni che vanno oltre il business in un contesto di festa.

Expo Riva Schuh e Gardabags, anche nell’edizione 103, hanno dimostrato di ‘Saper Diventare’ quello di cui gli operatori del settore hanno bisogno.

E continuerà così anche nelle prossime edizioni, a partire da quella che si terrà **tra il 10 e il 13 gennaio 2026**.