**RIVA DEL GARDA FIERECONGRESSI SCOMMETTE SUGLI ACCESSORI. UN NUOVO FORMAT RINNOVA E POTENZIA GARDABAGS**

**Un format innovativo, studiato per facilitare gli scambi commerciali. Semplificherà la ricerca del partner ideale per il business e la selezione accurata e bilanciata degli espositori, identificati non in base alla tipologia dei prodotti, al prezzo o alla provenienza, bensì alle caratteristiche dell’offerta e all’interazione con i buyer.**

Conoscenza approfondita del settore degli accessori di volume; tempistiche anticipate adeguate alle esigenze dei compratori; un padiglione dedicato a borse, piccola pelletteria, accessori e valigeria; tre aree per trovare i fornitori più adatti alle esigenze dei compratori; un Identity Board per ogni espositore. Sono questi gli ingredienti della ricetta del nuovo progetto che a partire da **giugno 2025** potenzierà **Gardabags**, presentato **questa mattina** da **Riva del Garda Fierecongressi** nell’ambito della manifestazione in corso di svolgimento al Quartiere Fieristico di Riva del Garda.

“Per oltre un anno la Società ha investito energie e risorse nello sviluppo e nel potenziamento della sezione dedicata agli accessori della manifestazione leader internazionale nell’ambito delle calzature di volume, e non solo - ha dichiarato **Enzo Bassetti**, Consigliere di Amministrazione di Riva del Garda Fierecongressi - nonostante la fase di contrazione che sta interessando il mercato, introduciamo un format innovativo, unico nel panorama fieristico attuale, con l’obiettivo di generare anche un valore aggiunto per la città di Riva del Garda”.

Gli operatori del settore borse e pelletteria, retailer specializzati ma anche retailer del settore abbigliamento che desiderano completare la loro proposta, oggi interagiscono con il mercato cercando tre differenti tipologie di fornitori. Gardabags propone loro una piattaforma capace di rispondere concretamente alle diverse esigenze, attraverso tre aree ben distinte:

**Gardabags Sourcing** – Produttori di fascia bassa di prezzo indirizzati a compratori che lavorano in ambito mass market o high street. Interagiscono con i loro fornitori per selezionare i modelli e definire i materiali, e cercano collezioni centrate per design e prezzo (sellout fra i 5 e i 20 euro). Capacità produttiva, velocità e affidabilità sono valori chiave.

**Gardabags Sourcing4Bridge** – Produttori di fascia media (sellout fra i 50 e i 120 euro) dotati di una struttura in grado di interagire con compratori che richiedono design specifici da interpretare e sviluppare. Fornitori capaci di seguire il cliente più da vicino, esperti di private label.

**Gardabags Brands** – Aziende produttrici che si presentano sul mercato con un marchio di proprietà: colgono l’occasione offerta dalla fiera, che apre per prima ogni nuova stagione, per presentare l’anteprima delle collezioni, per testare le novità, oltre che per vendere le nuove proposte.

In ognuna di queste aree, strategicamente posizionate nei **padiglioni A2** e **B2**, saranno presenti aziende provenienti dai più importanti distretti produttivi internazionali di borse, piccola pelletteria e accessori, mentre una corsia sarà dedicata ai prodotti da viaggio. Il progetto si pone l'obiettivo di offrire ai visitatori, nell’arco di due anni, un’ampia scelta di collezioni andando a coinvolgere **circa 120 espositori** e dedicando loro **2000 metri quadri di area espositiva.** Tra le novità, allestimenti che sposeranno un gusto più modaiolo e, soprattutto, un **Identity Board** per ogni espositore, che faciliterà le visite. Le schede forniranno informazioni dettagliate; tra queste, l’ubicazione degli insediamenti produttivi, la tipologia di prodotti, la capacità produttiva mensile e i principali clienti.

“Il progetto che rinnova Gardabags è ambizioso e si basa sull’esperienza consolidata di Expo Riva Schuh - ha dichiarato **Alessandra Albarelli**, Direttrice Generale di Riva del Garda Fierecongressi - il nostro obiettivo è creare un’esperienza di visita e acquisto che sia funzionale ma anche coinvolgente e piacevole, offrendo agli operatori del mercato un ambiente accogliente in cui sviluppare relazioni di business, scoprire nuove tendenze e cogliere opportunità strategiche”.

Riva del Garda, 12 gennaio 2025

