



06/02/2026

Fruit Logistica, il gelo frena la seconda giornata: export promosso, Italia a due velocità

Le imprese italiane rafforzano i rapporti con i mercati esteri, mentre il fronte domestico resta più debole

FABRIZIO PATTUELLI E ANGELO ANGELICA
redazione@italiafruit.net
WWW.ITALIAFRUIT.NET

Si è chiusa ieri la seconda giornata di Fruit Logistica 2026, vissuta tra stand e corridoi di Messe Berlin in un clima di grande fermento ma anche condizionata dall'ondata di gelo che ha interessato diverse aree d'Europa, rallentando gli spostamenti e creando disagi nei collegamenti con alcuni aeroporti europei. Un fattore che, secondo diversi operatori, ha inevitabilmente inciso sulla presenza e sulla fluidità degli incontri. Come da tradizione, raccogliendo il sentiment degli operatori italiani presenti emerge un quadro articolato, fatto di conferme ma anche di qualche elemento di criticità. Fruit Logistica si consolida ancora una volta come hub internazionale di riferimento per l'ortofrutta: i buyer esteri hanno continuato a dimostrare forte interesse verso il prodotto italiano e le aziende maggiormente orientate all'export hanno espresso soddisfazione per la qualità dei contatti e per le opportunità di networking sviluppate.

Sul fronte interno, invece, non sono mancati segnali di maggiore prudenza. Diversi espositori hanno rilevato una presenza più contenuta di operatori nazionali rispetto alle attese, dinamica che riflette sia la crescente frammentazione del calendario fieristico sia le tensioni che attraversano il mercato domestico.

Nonostante ciò, la partecipazione alla rassegna berlinese continua a essere considerata strategica. Molte aziende sottolineano infatti come Fruit Logistica rappresenti un passaggio chiave per consolidare relazioni internazionali e mantenere alta la visibilità sui mercati esteri. Il bilancio della seconda giornata si conferma quindi positivo sul versante dell'internazionalizzazione, accompagnato però da un moderato rammarico per una presenza italiana che, secondo alcuni operatori, avrebbe potuto risultare più dinamica.

Il commento degli operatori italiani



La presenza internazionale si conferma una certezza, come sottolinea Cristiana Furiani, amministratrice delegata dell'OP Geofur: "Abbiamo avuto incontri molto intensi con i nostri clienti esteri e il bilancio è positivo. Questa kermesse resta un appuntamento strategico per la sua dimensione internazionale, soprattutto per realtà come la nostra che da tempo investono nello sviluppo dei mercati oltre confine".



La Società Agricola Cooperativa Agricoltori Ionici (Op Cai) ne ha vissute di Fruit Logistica; infatti, quella 2026 è la ventunesima edizione. "La nostra prima partecipazione risale al 2004, quando le aziende italiane presenti erano ancora poche e affrontare la fiera comportava costi significativi. Tuttavia, sin dalla prima edizione, abbiamo avuto incontri rilevanti per la nostra crescita. Ancora oggi Fruit Logistica rappresenta un evento cruciale e irrinunciabile per la nostra cooperativa. Sicuramente la Kermesse berlinese non sta attraversando la sua miglior fase ma resta centrale per chi fa export come noi", così a IFN Antonio Lo Conte e Salvatore Scarcella



"Senza dubbio Fruit Logistica resta una vetrina internazionale di grande spessore: permette di confrontarsi e leggere da vicino i trend in atto nel nostro settore, soprattutto fuori dai confini italiani", dichiara Romano Pecchia, direttore di AOP CSC Lazio. "È vero, freddo e neve hanno inciso sulle presenze, sia dall'Italia sia dall'estero, e si nota anche una partecipazione della distribuzione italiana più contenuta rispetto al passato. È un segnale chiaro di un'evoluzione della manifestazione verso un profilo sempre più orientato all'export".



"Venire a Fruit Logistica è sempre un'esperienza importante", spiega Romeo Fuser, presidente dell'OP Consorzio Funghi di Treviso. "Al di là delle opportunità di business da sviluppare, è un'occasione per avere uno sguardo sul mondo ortofrutticolo e coglierne le traiettorie di evoluzione. Il confronto con operatori che arrivano da ogni parte del mondo ci aiuta a capire dove sta andando il settore e come posizionarci". (lg)